

Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta
katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Studijní program: Geografie
Studijní obor: Regionální a politická geografie



Hana Járová

**GEOGRAFICKÉ ASPEKTY OVOCNÁŘSKO-
ZELINÁŘSKÉHO PRŮMYSLU: ČESKO V GLOBÁLNÍM
KONTEXTU**

GEOGRAPHICAL ASPECTS OF FRUIT AND VEGETABLE
INDUSTRY: CZECHIA IN A GLOBAL CONTEXT

Diplomová práce

Praha 2013

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Josef Novotný, Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze

.....

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat RNDr. Josefu Novotnému, Ph.D. za cenné rady, věnovaný čas a odborné vedení při zpracování této práce. Rovněž velmi děkuji všem účastníkům výzkumu, za ochotu poskytnout rozhovor a sdílet informace, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout. Velký dík chci vyjádřit také své rodině a přátelům za podporu během celého studia a jejich zájem projevovaný prostřednictvím neustálého dotazování, zda jsem práci již dokončila. E eu também gostaria de agradecer ao Marcus, meu namorado, por sua paciência e compreensão.

ABSTRAKT

Diplomová práce si klade dva základní cíle. Prvním cílem je analyzovat současný globální hodnotový řetězec ovoce a zeleniny a mezinárodní trh s jablky. Druhým cílem je provést analýzu hodnotového řetězce jablka v Česku a zjistit míru jeho napojení na globální hodnotové řetězce a diskutovat implikace z toho vyplývající. Výzkum byl prováděn na základě analýzy sekundárních zdrojů a vlastního kvalitativního šetření. Předkládaná práce se dělí na dvě důležité části. První část se věnuje globálnímu hodnotovému řetězci (GVC) ovoce a zeleniny. Tento řetězec je zkoumán prostřednictvím pěti dimenzí, jež jsou pro GVC analýzu typické: struktura vstupů a výstupů, geografická dimenze, struktura řízení řetězce, institucionální kontext a upgrading. Druhá část práce se zaměřuje pouze na jednu konkrétní plodinu, a to na jablka. Nejprve jsou jablka zkoumána na globální úrovni a posléze se práce soustředí pouze na hodnotový řetězec jablek v Česku.

Klíčová slova: hodnotové řetězce, ovoce a zelenina, jablka, globální agrobiznis, globální hodnotové řetězce

ABSTRACT

This thesis has two basic aims. The first aim is to analyze the global value chain of fruits and vegetables and the current international market with apples. The second aim is to analyze the value chain of apples in Czechia and measure its connection to global value chains. The research was carried out by analyzing secondary sources and basing on an own qualitative survey. This thesis is divided into two major parts. The first part deals with the global value chain (GVC) of fruits and vegetables. This chain is examined through five dimensions which are typical for GVC analysis: input-output structure, geographic scope, governance, institutional context and upgrading. The second part focuses only on one specific crop, apples. Firstly, it is studied at the global level, then the thesis concentrates only on the value chain of apples in Czechia.

Key words: value chains, fruits and vegetables, apples, global agribusiness, global value chain

OBSAH

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	8
SEZNAM GRAFŮ.....	10
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	10
SEZNAM TABULEK.....	10
SEZNAM RÁMEČKŮ.....	11
SEZNAM PŘÍLOH.....	11
1 ÚVOD.....	12
1.1 Cíle a výzkumné otázky.....	13
2 TEORETICKÝ RÁMEC.....	14
2.1 „Komoditní řetězce“.....	14
2.1.1 Genealogie „komoditních řetězců“.....	15
2.2 Globální komoditní řetězce a Globální hodnotové řetězce.....	16
2.2.1 Globální komoditní řetězce.....	16
2.2.2 Globální hodnotové řetězce.....	17
2.3 Globální hodnotové řetězce a zemědělství.....	18
2.4 Shrnutí.....	19
2.5 Globální agrobyznys.....	19
3 METODIKA A LITERATURA.....	24
3.1 Hlavní zdroje inspirace.....	24
3.2 Zdroje dat a metodika.....	24
4 GLOBÁLNÍ HODNOTOVÝ ŘETĚZEC OVOCE A ZELENINY.....	26
4.1 Historie a globalizace trhu s ovocem a zeleninou.....	27
4.2 Zahradnická revoluce.....	29
4.3 Struktura vstupů a výstupů.....	29
4.4 Geografická dimenze.....	31
4.5 Struktura řízení globálního hodnotového řetězce.....	34
4.5.1 Standardy.....	35
4.6 Institucionální rámec.....	38
4.7 Upgrading.....	41
5 JABLKO JAKO KOMODITA.....	45
5.1 Historie jablka.....	45
5.2 Produkční oblasti světa.....	46

5.3 Odrůdy	46
5.4 Posklizňová úprava a skladování	47
5.5 Světová produkce a spotřeba.....	48
5.6 Faktory ovlivňující trh	50
5.7 Světový obchod s jablky	51
5.8 Situace v Evropě	53
5.9 Mezinárodní obchod s jablky	55
6 HODNOTOVÝ ŘETĚZEC JABLEK V ČESKU.....	57
6.1 Historie.....	57
6.2 Současnost.....	57
6.3 Zahraniční obchod s jablky	58
6.4 Integrovaná produkce ovoce v Česku	60
6.5 Ovocnářská Unie České republiky.....	60
6.6 Vstupy	61
6.7 Produkce.....	63
6.7.1 Pracovní síly	63
6.7.2 Odrůdy	64
6.7.3 Produkce na zpracování.....	65
6.7.4 Produkce na dětskou výživu	65
6.8 Posklizňové úpravy a skladování.....	67
6.9 Standardy	69
6.10 Institucionální kontext.....	70
6.10.1 Dotace	70
6.10.2 Projekt Ovoce do škol	73
6.10.3 Kontroly jakosti a dodržování postupů	73
6.11 Distribuce, marketing a spotřeba	73
6.11.1 Velkoobchod.....	73
6.11.2 Odbytové organizace.....	74
6.11.3 Distribuce ke konečnému spotřebiteli	76
6.11.4 Obchodní řetězce.....	78
6.11.5 Ceny	80
6.12 Bariéry, příležitosti pro inovace a ohrožení českého ovocnářství	81
6.13 Zvýhodnění zahraničních producentů.....	82
6.14 Vazby a vztahy v hodnotovém řetězci jablek v Česku	83

6.14.1 Vertikální vazby.....	83
6.14.2 Horizontální vazby	84
7 ZÁVĚR	85
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	90
PŘÍLOHY	102

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

AKT	Skupina afrických, karibských a tichomořských států
BRC	British Retail Consortium
CA	Controlled Atmosphere, Řízená atmosféra
CAP	Common Agricultural Policy, Společná zemědělská politika
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
ES	Evropské společenství
EU	Evropská unie
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade, Všeobecná dohoda o clech a obchodu
GCC	Global Commodity Chain, Globální komoditní řetězec
GFSI	Global Food Safety Initiative
GVC	Global Value Chain, Globální hodnotový řetězec
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Points, Systém analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů
IFS	International Food Standard
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
ISO	International Organization for Standardization, Mezinárodní organizace pro normalizaci
JAR	Jihoafrická republika
MAS	Místní akční skupina
MZe	Ministerstvo zemědělství ČR
NNO	Nestátní nezisková organizace
NZ	Nový Zéland
NZAPMB	New Zealand Apple and Pear Marketing Board
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OP	Organizace producentů
OU	Ovocnářská Unie České republiky
PGRLF	Podpůrný garanční rolnický a lesnický fond
PRV	Program rozvoje venkova
QS	Qualitat Sicherhiet
SAI	Social Accountability International SA8000

SAPS	Single Area Payment Scheme, Jednotná platba na plochu
SISPO	Svaz pro integrované systémy pěstování ovoce
SP	Seskupení producentů
SQF	Safe Quality Food Institute
SZIF	Státní zemědělský intervenční fond
TNC	Transnational Corporation, Nadnárodní korporace
ULO	Ultra Low Oxygene, Skladování ve velmi nízkém obsahu kyslíku
USA	United States of America, Spojené státy americké
USDA	United States Department of Agriculture, Ministertvo zemědělství USA
WAPA	The World Apple and Pear Association
WTO	World Trade Organization, Světová obchodní organizace

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Světová produkce jablek v roce 2010 (%).....	49
Graf 2: Vývoj produkce jablek ve vybraných oblastech mezi lety 1965–2010 (mil. tun).....	50
Graf 3: Dovoz jablek z vybraných zemí do Česka v roce 2008 (t).....	59
Graf 4: Struktura exportu čerstvých jablek z Česka v letech 2005–2012 (t)	60
Graf 5: Podíl jednotlivých odběratelů na celkových tržbách z prodeje jablek društva CZ FRUIT v období 2009/2010 (%)	75
Graf 6: Rozdělení nezávislých potravinářských prodejen v krajských městech dle hlavní specializace	77

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Mapování hodnotového řetězce: teorie versus realita.....	19
Obrázek 2: Interakce globálních a lokálních hodnotových řetězců potravin	22
Obrázek 3: Globální hodnotový řetězec ovoce a zeleniny	30
Obrázek 4: Bezpečnost potravin a kontrola kvality v dodavatelských řetězcích ovoce a zeleniny.....	37
Obrázek 5: Fáze upgradingu v hodnotovém řetězci ovoce a zeleniny, jichž dosáhly vybrané rozvojové státy	43
Obrázek 6: Světový obchod s jablky v roce 2009	52
Obrázek 7: Produkce a spotřeba jablek, výnosy sadů a obchod s jablky v Evropě průměr 2005–2009	54
Obrázek 8: Globální řetězec jablka	56
Obrázek 9: Česání jablek.....	64
Obrázek 10: Třídění jablek.....	64
Obrázek 11: Třídění jablek.....	68
Obrázek 12: Třídění jablek.....	68
Obrázek 13: Aplikace štítků na jablka.....	69
Obrázek 14: Aplikace štítků na jablka.....	69
Obrázek 15: Dodavatelský řetězec jablek v Česku	78

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Profil nadnárodních společností zabývajících se obchodem s ovocem a zeleninou (2010)	29
---	----

Tabulka 2: Hlavní exportní plodiny v kategorii ovoce a zelenina (dle kvantity vývozů), jejich podíl na celkovém exportu ovoce a zeleniny a státy s největším podílem na jejich vývozu v roce 2010	32
Tabulka 3: Významné standardy v zahradnickém průmyslu	38
Tabulka 4: Deset největších exportérů jablek dle množství a hodnoty 2009	52
Tabulka 5: Vývoj cen zemědělských výrobců (CZV) a spotřebitelských cen (SC) jablek konzumních v Kč/kg v letech 2003–2011	80

SEZNAM RÁMEČKŮ

Rámeček 1: Válka o Pacific Rose	47
--	----

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Seznam účastníků výzkumu	
Příloha 2: Otázky pokládané pěstitelům	
Příloha 3: Typologie řízení globálního hodnotového řetězce	
Příloha 4: Druhy ovoce, na které se při dovozu ze třetích zemí do EU vztahují vstupní ceny (2012)	
Příloha 5: Přehled celních kvót WTO při dovozu ovoce a ovocných výrobků do zemí EU (2012)	
Příloha 6: Ceny výrobců jablek ve vybraných státech EU v období 2011/2012 (€/100 kg)	
Příloha 7: Podíl jednotlivých krajů na ploše osázené jabloněmi v Česku (%)	
Příloha 8: Top 7 obchodních skupin (s převahou rychloobrátkového zboží) v Česku v roce 2010	

1 ÚVOD

Ovoce a zelenina se spolu s dalšími zahradnickými komoditami odlišují od většiny ostatních zemědělských komodit. Od momentu sklizně začínají ihned podléhat zkáze a začíná boj s časem, plodiny se musí buď co nejrychleji zpracovat, uskladnit v chladícím zařízení, či odvézt na místo spotřeby. Celý tento proces od produkce až po konečnou spotřebu můžeme chápat jako řetězec aktérů a aktivit, vzájemně provázaných vztahů a procesů. Tímto řetězcem se bude zabývat i předkládaná diplomová práce, a to hned na několika úrovních. První část práce se bude zabývat obchodem s ovocem a zeleninou na úrovni globální a mezinárodní, druhá část práce pak bude zaměřena na konkrétní plodinu a posléze i konkrétní území. O popis a zmapování těchto vztahů a procesů na globální úrovni, se v posledních letech snaží vědci z rozličných vědních disciplín a za tímto účelem také vznikla celá řada konceptů a teorií. Debata o relativních přednostech pojmů, jako jsou globální komoditní řetězce, globální hodnotové řetězce, globální produkční sítě či řízení řetězce stále probíhá. Společným jmenovatelem je pak soustředěnost na organizační a prostorovou strukturu a dynamiku odvětví, rozdělení hodnot (náklady, přidaná hodnota, zisky...), strategie chování významných firem a jejich dodavatelů a potřeba identifikovat škálovatelné konceptuální nástroje, které výzkumníkům pomáhají jednoduše se pohybovat mezi lokální a globální úrovní analýzy (Sturgeon 2009). V této diplomové práci byl pro popis globálního řetězce ovoce a zeleniny vybrán a využit základní rámec analýzy Globálních hodnotových řetězců (GVC). Analýza se zaměří na strukturu vstupů a výstupů, geografickou dimenzi, strukturu řízení řetězce, institucionální kontext a upgrading. Poté, co bude popsán globální hodnotový řetězec ovoce a zeleniny, zaměří se práce pouze na jednu komoditu, a to konkrétně na jablka. Nejprve bude toto ovoce a mezinárodní obchod s touto komoditou popsán v obecnější rovině a v poslední kapitole této diplomové práce pak bude věnován prostor hodnotovému řetězci jablek v Česku. Jablko bylo vybráno jako typický zástupce plodiny mírného podnebného pásu. Toto ovoce je globálně rozšířeno a lidstvo jej pěstuje a kultivuje již více než 4000 let v široké škále regionů. I u nás v Česku se s jablky setkáváme při každém nákupu potravin či návštěvě venkova a s touto plodinou jsou spjaty i naše kulturní tradice, nehledě na to, že jabloně a jabloňové sady tvoří neodmyslitelnou součást naší krajiny.

1.1 Cíle a výzkumné otázky

Diplomová práce má dva hlavní cíle, na něž navazují cíle vedlejší.

1. Analýza globálního hodnotového řetězce ovoce a zeleniny a současného mezinárodního trhu s jablky.
2. Analýza hodnotového řetězce jablek v Česku a zjištění míry jeho napojení na globální hodnotové řetězce.
 - a) Identifikace a analýza hlavních aktérů a segmentů v hodnotovém řetězci jablek v Česku.
 - b) Na základě rozhovorů zanalyzovat současnou situaci v hodnotovém řetězci jablek a vzájemné vazby a závislosti jednotlivých aktérů.
 - c) Zjistit největší bariéry a možnosti pro inovace u tuzemských producentů jablek a potenciál zvyšování jejich konkurenceschopnosti.

K hlavnímu cíli číslo 2 a cílům vedlejším se vztahují vzájemně související výzkumné otázky, které se předkládaná diplomová práce pokusí zodpovědět.

1. Mají jednotliví aktéři v hodnotovém řetězci rovnocenné postavení?
2. Jsou zahraniční producenti jablek (v rámci EU) oproti těm českým nějakým způsobem zvýhodněni?
3. Jsou česká jablka vytlačovaná jablky dováženými ze zahraničí?

2 TEORETICKÝ RÁMEC

Předmětem zájmu této práce je ovoce a zelenina, především pak plodiny, které se účastní mezinárodního obchodu. Ovoce i zelenina jsou produkty zahradnictví a na trh vstupují buď v čerstvém stavu, nebo jsou zpracovány. Z obchodního hlediska jsou ovoce a zelenina de facto jedna komodita (jedna kategorie v rámci používaných klasifikací). Například v rámci Evropské unie (EU) mají společnou organizaci trhu a z toho vyplývající společnou legislativu. Společně jsou pro ně normy, kontrola jakosti i podmínky prodeje (Ludvík 2011). První část této kapitoly bude věnována problematice „komoditních řetězců“¹, jelikož z tohoto základu vychází i teorie Globálních hodnotových řetězců, jejíž základní rámec bude v této práci využíván. Druhá část této kapitoly se zabývá situací v současném globálním agrobyznysu a jejím účelem je představení prostředí, jehož součástí je i námi zkoumaná skupina plodin.

2.1 „Komoditní řetězce“

Zájem o zmapování zahraničního obchodu a produkčních sítí je interdisciplinární, když vyvolává zájem ekonomů, sociologů i geografů již po několik desetiletí. V posledních třiceti letech se objevilo poměrně velké množství studií, které využívaly některou z variant konceptů řetězců nebo sítí. Výsledkem je značný zmatek v užití a významu použitých terminologií. Základní rozdíl mezi řetězcem a sítími je ten, že koncept řetězců mapuje vertikální sekvenci událostí vedoucích k dodávce, spotřebě či údržbě konkrétního zboží či služby, na rozdíl od konceptu sítí, který se věnuje jak vertikálním, tak horizontálním vazbám mezi ekonomickými aktéry (Sturgeon 2001). Snahou většiny takto zaměřených studií je porozumět vztahům a procesům mezi jednotlivými aktéry a aktivitami zapojenými do vytváření zboží či služeb nejen v globální ekonomice. V literatuře na toto téma dochází ke značnému překrývání a konvergenci (Leslie, Reimer 1999). Mezi významné přístupy, které se zabývaly či zabývají zemědělsko-potravinářskou problematikou (respektive poskytují východiska a konceptuální oporu pro studium této problematiky), můžeme zařadit například teorie: Actor-network, Komoditních okruhů, Filière, Systems of Provisions. Zatímco některé z teorií a jejich terminologie byly či jsou užívány a rozvíjeny pouze v akademické literatuře, koncept „komoditních řetězců“ je stále

¹ Pojem komoditní řetězec v tomto případě nepředstavuje žádnou z teorií, nýbrž je souhrnným názvem pro teoretické přístupy využívající pro studium dané problematiky koncept řetězce (tedy ne sítě, okruhy atp.), a proto bude i dále odlišen uvozovkami. Tímto pojmem a jeho užitím se zabývají například Jackson, Ward, Russell (2006).

široce využíván rozličnými způsoby a rozdílnými subjekty i v praxi. Tento koncept je oblíben a dlouhodobě využíván i v zemědělsko-potravinářské oblasti, a proto na jeho základech bude stavět i tato diplomová práce. Následující podkapitola se bude zabývat genealogií „komoditních řetězců“.

2.1.1 Genealogie „komoditních řetězců“

Dle Jacksona, Warda a Russella (2006) může být idea „komoditních řetězců“, tak jak je v současnosti využívána v zemědělsko-potravinářských studiích a ekonomické geografii vysledována až k roku 1970 ke dvěma různým pramenům. Tyto prameny jsou rozdílné (někdy bývají nesprávně slučovány) a byly vyvinuty pro odlišné účely. Jedním z pramenů je takzvaná *Nová politická ekonomie potravin a zemědělství* zahrnující práci Friedlanda a kol. z roku 1981 (*Výroba zeleného zlata: kapitál, práce a technologie v salátovém průmyslu*). Friedlandova práce byla zaměřena na dvě hlavní oblasti: na sociologii zemědělství a komparativní analýzu produkčních systémů. Tento přístup, který autor nazval *Analýza komoditních systémů* byl později převzat a rozvinut dalšími autory, kteří se zabývali studiem organizace zemědělské produkce a vztahů mezi výrobou a spotřebou v potravinovém řetězci a jeho internacionalizací a globalizací. Druhou z nich je Wallersteinova teorie světového systému. Wallerstein a Friedland se na sebe ve svých klíčových dílech vzájemně neodkazují (Jackson, Ward, Russell 2006).

Vůbec poprvé se termín *komoditní řetězec* objevil v roce 1977 v článku Terrence Hopkinse a Immanuela Wallersteina. Tito autoři jej později definovali jako síť pracovních a výrobních procesů, jejichž konečným výsledkem je dokončená komodita (Hopkins, Wallerstein 1986, str. 159). Jako příklad aplikace přístupu komoditních řetězců (tak jak byl představen Hopkinsem a Wallersteinem) na zemědělství můžeme uvést článek Sheily Pelizzon, která se zabývala komoditním řetězcem mouky od roku 1590–1790 (Pelizzon 1994). Dle Jennifer Bair (2009), z teorie světového systému² vychází teoretický rámec s názvem Globální komoditní řetězec (GCC), v němž má základ teorie Globálních hodnotových řetězců a tyto jsou tedy součástí jedné intelektuální linie. Dále se budeme zabývat pouze těmito dvěma teoriemi, ačkoliv z tohoto základu vznikly další přístupy, které se zabývají zemědělskými komoditami, potravinami, potravinářským průmyslem či zemědělstvím (více například v Jackson, Russell, Ward 2006). GCC a GVC jsou využívány pro analýzu řetězců různého spektra odvětví, zboží či služeb a jsou velmi

² Názory nejsou jednotné, například Peter Gibbon (2001) vidí původ přístupu GCC v Teorii závislosti.

flexibilní. Občas se však spekuluje nad tím, zda je tato flexibilita přínosem, nebo zda se tím snižuje jejich analytická hodnota.

2.2 Globální komoditní řetězce a Globální hodnotové řetězce

2.2.1 Globální komoditní řetězce

V této podkapitole bude představena teorie GCC, zaměříme se zde především na rozlišení typů struktur řízení, protože se domnívám, že v případě ovocnářství a zelinářství je toto rozdělení dostačující a stále adekvátní. Z této teorie se stal základ pro přístup GVC, jehož základní rámec bude dále využit pro tuto práci, dovoluji si zde tedy její stručný popis.

V roce 1994 byla vydána kniha Komoditní řetězce a globální kapitalismus, kterou editoval Gereffi a Korzeniewicz. Tato kniha je prvním dílem kompletně se zabývajícím pouze komoditními řetězci a jedná se o svazek příspěvků od různých autorů. Zřejmě nejdůležitější kapitolou ve svazku je úvodní část s názvem Globální komoditní řetězce, protože prezentuje nový přístup ke studiu řetězců a představuje nový teoretický rámec pro jejich výzkum. Autoři definují GCC jako: „množiny mezi-organizačních sítí, sdružených kolem jedné komodity či produktu, propojující domácnosti, podniky a státy uvnitř světové ekonomiky“ (Gereffi, Korzeniewicz 1994, s. 2). Autoři zdůrazňovali, že největší předností komoditních řetězců je kladení důrazu na procesy. Jsou rozlišeny tři dimenze GCC: 1. struktura vstupů a výstupů, která popisuje proces přeměny surovin a dalších vstupů na konečné produkty; 2. teritorialita (disperze produkčních a distribučních aktivit, tvořená různými podniky); 3. struktura řízení, která určuje, jak jsou různé zdroje alokovány uvnitř řetězce (Gereffi, Korzeniewicz 1994). Později přibyla ještě dimenze institucionální. Autoři rozlišují dva typy struktur řízení: Výrobcem a nákupem řízené komoditní řetězce. Obchod se zemědělskými komoditami, tedy i s ovocem a zeleninou, je povětšinou řízen nákupem, nejčastěji pak velkými obchodními řetězci. Nákupem řízené komoditní řetězce se týkají těch průmyslových odvětví, ve kterých velcí maloobchodníci, obchodníci předních značek a obchodní společnosti hrají hlavní roli v zavádění decentralizovaných produkčních sítí v různých exportujících zemích, obvykle se nacházejících v zemích Třetího světa. Výrobcem řízené komoditní řetězce se týkají těch průmyslových odvětví, ve kterých hrají hlavní roli při kontrole produkčního systému nadnárodní korporace či další velké integrované průmyslové podniky (Gereffi, Korzeniewicz 1994, str. 97). Analýza GCC je často aplikována i na ovoce a zeleninu, mezi nejvýznamnější autory v této oblasti patří Catherine Dolan a John Humphrey, kteří se zabývali obchodem s čerstvou zeleninou mezi Afrikou a Evropou (viz podkapitola 4.4).

2.2.2 Globální hodnotové řetězce

Kromě teorie Globálních hodnotových řetězců, v této kapitole popíšeme i hodnotový řetězec jako takový. A to z toho důvodu, že u komodit, které jsou sledovány v této práci, není často zcela adekvátní použití slovíčka globální. V případě části práce, která se věnuje jablkům a jejich hodnotovým řetězcům v Česku, pak o globálnosti nemůže být řeč. Budu-li dále v textu používat pojem „hodnotový řetězec“, budu mít na mysli charakteristiku, tak jak je uvedena v následujících větách. Hodnotový řetězec popisuje celou škálu aktivit, které firmy a pracovníci musí učinit, aby dovedli produkt od koncepce až po jeho konečné použití. To zahrnuje aktivity jako je design, výroba, marketing, distribuce a konečná spotřeba. Tyto činnosti, které utváří hodnotový řetězec, se mohou uskutečňovat v rámci jedné firmy, nebo mohou být rozděleny mezi vícero odlišných firem. Aktivity hodnotového řetězce mohou vytvářet zboží či služby a mohou se nacházet v jedné geografické lokalitě či mohou být rozprostřeny v širší oblasti. V zájmu GVC je pak porozumění hodnotovým řetězcům, které se uskutečňují v rámci různých firem a jsou rozšířeny v širokém geografickém prostoru (globalvaluechains.org 2013). Tento přístup je výsledkem několikaleté práce řady vědců, odborníků, politiků a aktivistů z neziskové sféry. GVC rámec je nástroj k porozumění tomu, jak jsou jednotlivé aktivity propojeny napříč velkými vzdálenostmi v globální ekonomice (Sturgeon 2006). Analýza globálních hodnotových řetězců zkoumá aktéry a mechanismy, které tvarují a transformují globální ekonomické procesy a různé typy mezipodnikových vztahů. GVC analýza se snaží objasnit proč vznikají různé typy globálních a distribučních sítí a jak jsou koordinovány. Snaží se zjistit, proč a jak je průmysl globálně organizován, jak jsou lokální ekonomické procesy podmíněny globálními opatřeními, a kde se nejčastěji odehrává změna (Gereffi, Kaplinsky 2001). GVC analýza zahrnuje celou řadu aktivit, které uskutečňují vedoucí firmy a jejich dodavatelé, aby dopravili produkt od počátečního konceptu až ke spotřebiteli. Zkoumá ty činnosti, které jsou rozšířeny dalece a široce napříč geografickým prostorem a již mají hluboké následky na lokální úrovni. Tyto aktivity zahrnují pracovní místa, technologie, normy, předpisy, procesy a trhy ve specifických průmyslových odvětvích a místech (Sturgeon 2009). Metodologie GVC zkoumá čtyři základní dimenze: 1. strukturu vstupů a výstupů, která popisuje proces transformace surovin na konečné produkty; 2. geografickou dimenzi; 3. strukturu řízení, která vysvětluje, jak jsou hodnotové řetězce řízeny; 4. institucionální kontext, ve kterém se hodnotový řetězec průmyslu nachází. Na základě těchto čtyř základních dimenzí byl později rozvinut pátý prvek analýzy tzv. upgrading, který popisuje dynamický pohyb v hodnotovém řetězci

prostřednictvím zkoumání způsobu, jímž dochází k posunu producentů mezi jednotlivými stupni řetězce (Gereffi, Fernandez-Stark 2011).

2.3 Globální hodnotové řetězce a zemědělství

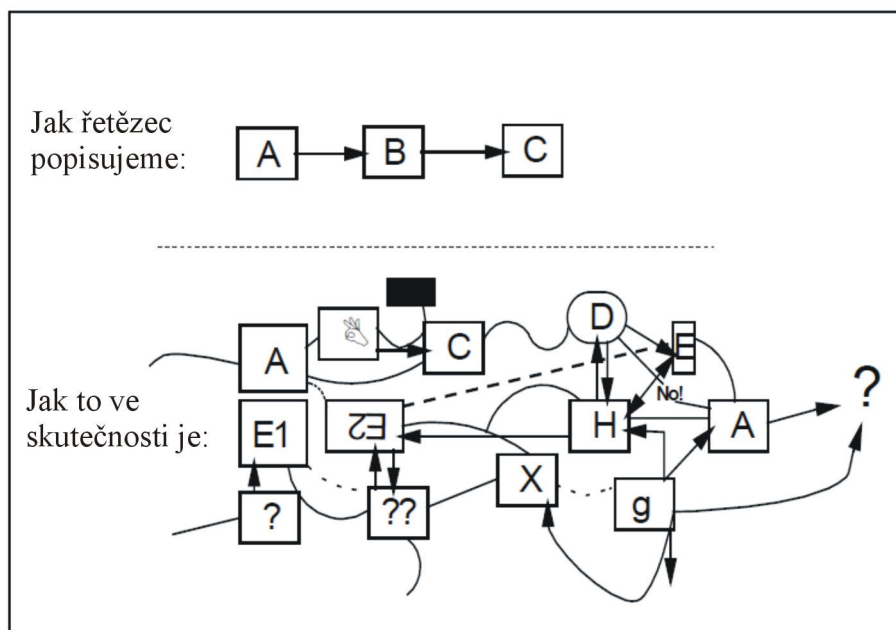
Globalizace, urbanizace či agro-industrializace kladou stále větší požadavky na organizaci zemědělsko-potravinářských řetězců. Zatímco dříve byly dodavatelské řetězce zemědělských produktů a potravin charakteristické nezávislostí a samostatností jednotlivých aktérů, nyní se stávají čím dál více součástí celosvětově propojených systémů s množstvím komplexních vztahů. To také ovlivňuje způsob, jakým jsou potraviny vyráběny, zpracovávány a dopravovány na trh (Reardon, Barrett, Berdegue 2009). Globální zemědělské trhy jsou stále složitější, a to převážně díky koncentraci na všech úrovních hodnotového řetězce, zvyšování komplexnosti a oblasti působnosti norem, především pak těch týkajících se bezpečnosti potravin. Aplikace GVC analýzy na agrobiznys umožňuje hlubší zkoumání příčin a následků vertikální koordinace (Humphrey 2006). V globálním zemědělsko-potravinářském obchodě dominují hodnotové řetězce, ve kterých je vertikální koordinace vykonávána vůdčími podniky. Vůdčí podniky v potravinářském průmyslu si osvojily vlastnosti spojené s moderní výrobou: diferenciaci a inovace výrobků, posun od kontrol kvality založených na inspekcích a testování, k zabezpečení jakosti pomocí rizikového managementu a kontroly procesů (například HACCP) a dodávky založené na principu Just in Time (Humphrey 2006). Teoretický rámec GCC i GVC je běžně využíván pro zkoumání hodnotového řetězce zemědělských plodin, předmětem zájmu jsou pak velmi často hodnotové řetězce propojující vyspělý a rozvojový svět. Jeden z prvních pokusů o aplikaci idejí hodnotového řetězce na zemědělství uskutečnili v roce 1999 Dolan, Humphrey a Harris-Pascal, kteří analyzovali roli supermarketů³ ve vytváření struktury zahradnického průmyslu v Keni a Zimbabwe (Humphrey 2006). V oblasti zahradnictví se sekáváme se studii, které se věnují konkrétním plodinám, například jablkům (McKenna, Murray 2002) či malinám (Challies, Murray 2011), převažují však práce týkající se ovoce či zeleniny (nebo jiných zahradnických komodit, například květin) jako celku (např. Gibbon 2003).

³ Slovem supermarket je v této práci myšlen mezinárodní maloobchodní řetězec s potravinami. Tedy všechny formy, kterých může nabývat (hypermarket, diskont, supermarket). V této práci je slovo supermarket synonymem slovního spojení obchodní řetězec.

2.4 Shrnutí

Tato práce staví na myšlence „komoditních řetězců“, pozornost bude zaměřena především na vertikální vztahy. Z teorií spadajících do stejné ideové skupiny jsem si vybrala GVC, a to proto, že poskytuje širokou možnost využití a přizpůsobení konkrétnímu zkoumanému odvětví. Nebudu zastírat, že motivací pro výběr tohoto přístupu byl i fakt, že již bylo prostřednictvím GVC analyzováno několik zemědělských odvětví, včetně ovoce a zeleniny. Každá analýza hodnotového řetězce je odlišná a specifická, zde zpracované analýzy jistě nejsou zcela vyčerpávající a úplné, což se ostatně při hodnocení takového velkého množství vztahů a procesů zdá nemožné a ani to nebylo cílem. Namísto snahy o snížení složitosti prostřednictvím zúžení perspektivy na konkrétního aktéra v řetězci, jsem se snažila zachovat holistický přístup pomocí soustředění se na konkrétní skupinu produktů (tj. ovoce a zeleninu s primárním zaměřením na jablka). Rozdíl mezi teorií a realitou při mapování hodnotových řetězců je výstižně znázorněn na obrázku 1.

Obrázek 1: Mapování hodnotového řetězce: teorie versus realita



Zdroj: Brown, Bessant, Lamming 2000

2.5 Globální agrobyznys

Tato podkapitola slouží k představení prostředí, jehož součástí je i velká část produktů zahradnictví, včetně ovoce a zeleniny. Bude zde věnována pozornost situaci, která panuje

na poli současného globálního agrobyznysu⁴ a popisu změn, které nastaly za několik posledních desítek let.

V posledních několika dekádách můžeme pozorovat změnu zemědělské prvovýroby, která se v podstatě stává součástí širšího segmentu ekonomiky (předvýrobní fáze, zpracování, distribuce atp.). Tato odvětví působí mimo jiné i na změnu proporcí a sil v rámci formování vztahů, priorit a podmínek světového agrárního trhu. Tyto změny mají za následek přesun silového těžiště zpravidla na finální články zpracovatelského průmyslu a distribuce v celých potravinových řetězcích. Tyto procesy ovlivňují a (de)formují konkurenční prostředí jak zpracovatelských, tak i zemědělských podniků a jejich prostřednictvím i podmínky rozvoje celých venkovských regionů (Bečvářová 2007).

Za uplynulá dvě desetiletí se zemědělství a zemědělsko potravinářská produkce stali více industrializovanými a globalizovanými (Humphrey 2006b). Bečvářová (2007) shrnuje projevy globalizace v agrárním sektoru následovně:

- Nabídka zemědělských produktů je formována na základě vyhodnocení vzájemných interakcí nabídky a poptávky a vazeb v celém řetězci agrobyznysu, přičemž finální poptávka má rozhodující vliv na množství a strukturu výroby i dodávek v čase a prostoru.
- Do toku potravin a zemědělských produktů zasahuje celá škála firem a organizací často nezemědělského charakteru, globálních sítí, soukromých společností i veřejných subjektů, které se podílejí na identifikaci i ovlivnění konkrétních požadavků spotřebitelů a spotřebitelských segmentů.
- Dochází k integraci potravinového hospodářství ve světě, klesá vliv ochrany vnitřních potravinových trhů jednotlivých států obchodními bariérami; agrární trhy se liberalizují.
- Zájem spotřebitelů je zaměřen na hodnotu potravin (kvalita za nízké ceny) i na sortiment.
- Roste poptávka po surovinách s vysokou přidanou hodnotou, jako jsou kuchyňsky upravené, konzervované, zmrazené a dehydratované výrobky. Obchody nabízející tento typ potravin se stávají vůdčími, rozhodujícími v maloobchodě a určují model obchodu v konkrétním potravinovém řetězci.

⁴ Pojem agrobyznys (z anglického agribusiness) představuje globální a integrovanou výrobu potravin. Tento pojem prosadil Ray Goldberg z Harvard Business School (Hudečková, Lošťák 2000).

- Posilují se kritéria ochrany spotřebitelů ve vztahu ke kvalitě potravin z hlediska péče o zdraví, potravinovou bezpečnost, bio-terorismus, identifikaci původu potravinových zdrojů.
- Prosazuje se konsolidace firem ve všech segmentech potravinového řetězce, která využívá přínosů z rozsahu, prohlubuje se kontrola a koordinace navazujících činností, ve vzájemných vazbách se uplatňuje e-commerce⁵, forwardové kontrakty apod.
- Konkurence dostává podobu soutěžení celých komoditních vertikál na příslušném segmentu potravinového trhu.

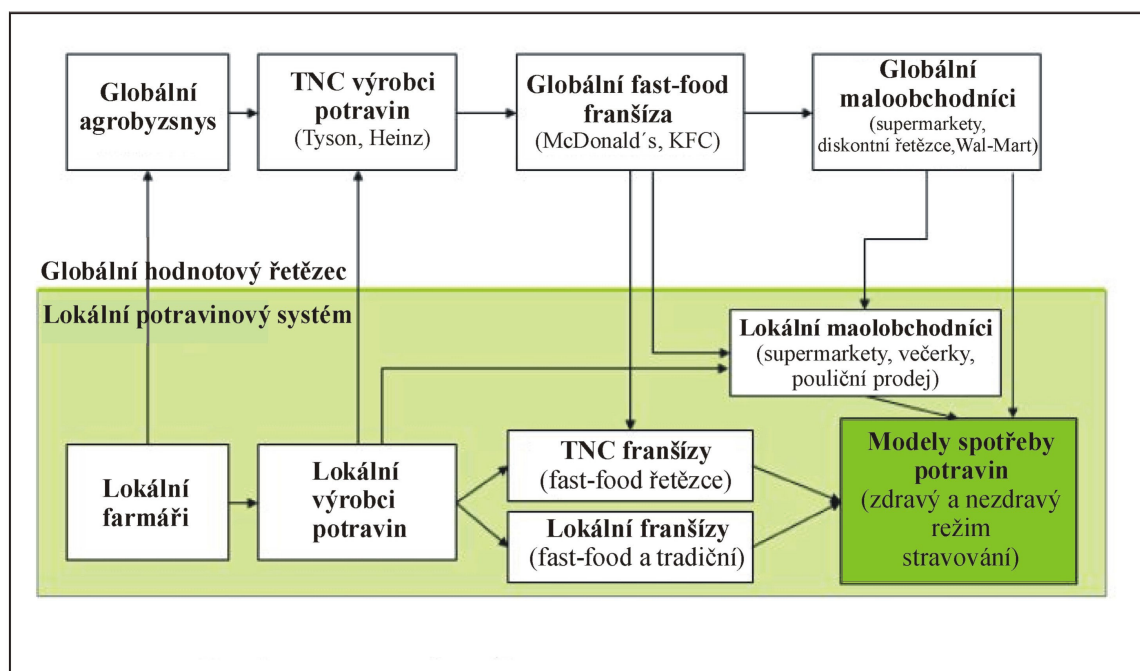
Industrializovaná výroba je realizována nadnárodními společnostmi za účelem dosažení úspor z rozsahu s vyšší produktivitou a zisky. Současná zemědělsko-potravinářská produkce se vyznačuje masovým pěstováním a zpracováváním a je naplněna technologickými a biologickými pokroky plynoucími z intenzivních výzkumných a rozvojových aktivit. Celý dodavatelský řetězec od vstupů až po maloobchod je přísně naplánován pro Just in Time produkci, což udržuje kapitálově náročná zařízení plně využitými (Gereffi, Lee 2009). Současný globální zemědělsko-potravinářský hodnotový řetězec pracuje skrze interakci globálních a lokálních hodnotových řetězců (viz obrázek 2). Toto uspořádání je řízeno především nadnárodními společnostmi: obřími zemědělskými podniky, diverzifikovanými zpracovateli, fast-food řetězci a globálními maloobchodníky. Tyto společnosti ovlivňují, jak jsou zemědělské produkty vytvářeny, distribuovány a obchodovány jak v rozvinutých, tak i rozvojových zemích, skrze stále těsnější vertikální koordinaci napříč hodnotovým řetězcem. Avšak i lokální dodavatelé a maloobchodníci jsou nezbytnou součástí tohoto systému a často profitují z příležitostí poskytnutých globálními hodnotovými řetězci (Gereffi, Lee 2009).

Působení globálního agrobiznisu na rozvojové státy je do značné míry negativní (Hudečková, Lošťák 2000). Nadnárodní společnosti, jejichž výroba směřuje především k uspokojení potřeb rozvinutých států světa, sice podporují v místě produkce vznik nových pracovních příležitostí s často vyššími výdělky než v ostatních sektorech těchto zemí, ale zároveň podkopávají tradiční způsoby zemědělské výroby (Hudečková, Lošťák 2000). Například Friedland (1994) zmiňuje případ Mexika, které když začalo produkovat čerstvé ovoce a zeleninu pro trhy rozvinutých zemí (především pro USA), byl brzy

⁵ Využívání moderních elektronických komunikačních prostředků (např. internet, platební karty, elektronická pošta...) k realizaci obchodních transakcí.

zaznamenán pokles v produkci základních zemědělských plodin (fazole, kukuřice) a tyto se musely začít dovážet, tím utrpěli mexičtí výrobci potravin i samotní Mexičané. Nicméně pro mnoho nejchudších zemí (zejména afrických) představuje zvýšená produkce a export zemědělských plodin naději na snížení chudoby a nastartování ekonomického růstu. Samozřejmě ne všechny sektory zemědělství tuto možnost růstu nabízejí. Za posledních třicet let došlo k transformaci na globálních trzích a k přechodu od tradičních tropických plodin (káva, kakao, čaj, koření či ořechy) k netradičním exportním produktům, především zahradnickým (ovoce, zelenina a řezané květiny), ale také například k plodům moře. Kolem roku 1980 představovaly tradiční tropické produkty kolem 39 % všech exportů potravin z rozvojových zemí, ale o dvacet let později již jen 19 %. Naopak export zahradnických produktů vzrostl ve stejném období z 15 na 22 % (Humphrey 2006).

Obrázek 2: Interakce globálních a lokálních hodnotových řetězců potravin



Zdroj: Gereffi, Lee, Christian (2008)

Zemědělské komodity můžeme rozdělit na striktně nekonkurenční komodity (non-competing), semi-konkurenční komodity (semi-competing) a zcela konkurenční (competing). Konkurenční komodity jsou ty, které jsou pěstovány jak ve vyspělých zemích, tak zemích rozvojových. Tyto komodity mohou pocházet z různých primárních produktů (cukr z cukrové třtiny nebo cukrové řepy, olej z odlišných druhů olejnin). Mezi

typického zástupce této kategorie patří cukr. Semi-konkurenční komodity jsou ty, u kterých je konkurence omezena pouze na některé části roku (ovoce a zelenina), nebo komodity, jež jsou si velmi podobné. Jedná se například o banány konkurující ovoci mírného pásma, či přírodní kaučuk soutěžící se syntetickým kaučukem. Nekonkurenční komodity jsou většinou pěstovány v tropických oblastech. Jsou pěstovány především v rozvojových zemích, ale primárně konzumovány v zemích rozvinutých. Mezi typické zástupce této kategorie patří káva a kakao (FAO 2003).

3 METODIKA A LITERATURA

3.1 Hlavní zdroje inspirace

Tato podkapitola se bude zabývat nejvíce přínosnou literaturou pro předkládanou diplomovou práci. Jelikož literatury v českém jazyce, která by se věnovala hodnotovým řetězcům a globálním hodnotovým řetězcům, je velmi málo, byla inspirace povětšinou čerpána ze zahraničních zdrojů. Pro celkové zařazení práce do teoretického kontextu byl velmi přínosný článek Jacksona, Warda a Russella (2006), který se zabývá využitím konceptu komoditních řetězců pro potraviny a zemědělství. Při aplikaci GVC analýzy na ovoce a zeleninu byl zásadní článek Gereffiho a Fernandez-Starkové (2011), a to především proto, že jsou v něm popsány jednotlivé dimenze GVC analýzy a jejich doporučený obsah. Mnoho informací pak bylo čerpáno z publikací autorů, kteří se zabývají hodnotovými řetězci ovoce a zeleniny, mezi jinými pak vyčnívají autoři Catherine Dolan a John Humphrey, kteří se věnují především obchodu s čerstvou zeleninou mezi Afrikou a Evropou. Velmi nápomocný při psaní této diplomové práce byl také článek od Gereffiho, Bamber a Fernandez-Starkové (2011). Tento článek se zabývá přímo analýzou globálního hodnotového řetězce ovoce a zeleniny. Mezi dalšími zdroji, které se zabývají GVC v zemědělství, nesmím zapomenout zmínit díla Johna Humphreyho (2006, 2005).

3.2 Zdroje dat a metodika

Diplomová práce je složena z analýzy sekundárních zdrojů a vlastního šetření využívající kvalitativní výzkumné procesy. Ze statistických zdrojů byl nejvíce využíván FAOSTAT, dále pak publikace, databáze a statistiky Českého statistického úřadu nebo například Situační a výhledová zpráva ovoce, kterou vydává Ministerstvo zemědělství České republiky. Velmi podrobným zdrojem dat o jablcích na evropské úrovni byla i publikace, kterou vydává Evropská komise (2012).

V rámci studie, která se věnuje hodnotovému řetězci jablek v Česku, byl za účelem naplnění hlavního cíle a cílů vedlejších uskutečněn kvalitativní výzkum. Jako metoda pro získání dat byla zvolena technika kvalitativního dotazování, konkrétně metoda strukturovaného rozhovoru s otevřenými otázkami a rozhovoru pomocí návodu, dle: (Hendl 2005). Výběr vhodných respondentů pro analýzu hodnotového řetězce byl realizován skrze identifikaci hlavních aktivit a segmentů v řetězci a následným oslovením významných zástupců těchto segmentů. Prostřednictvím elektronické pošty bylo osloveno

celkem 55 subjektů z celého Česka. Konečný soubor sestává z 15 respondentů z různých částí hodnotového řetězce, kteří dali souhlas s participací na výzkumu. Účastníci výzkumu by se dali rozdělit na dvě kategorie, na producenty (pěstování a posklizňové úpravy) a ostatní. Největší procento dotazovaných tvořili pěstitelé ovoce (10), mezi ostatní patřili: zástupce zpracovatelského průmyslu (zpracování jablek pro dětskou výživu), odbytového družstva, nestátní neziskové organizace, Státního zemědělského intervenčního fondu a společnosti věnující se importu a velkoobchodu (kompletní seznam všech respondentů je k dispozici v příloze 1). Bohužel se nepodařilo uskutečnit rozhovor s žádným ze zástupců nadnárodních obchodních řetězců s potravinami, buď na žádost o interview na dané téma vůbec nereagovali, nebo s omluvou odmítli sdělovat jakékoliv interní informace. Pěstitelé tvořili konzistentní skupinu dotazovaných, a proto byla pro jejich výzkum zvolena metoda strukturovaného rozhovoru s otevřenými otázkami, jež sestává z řady pečlivě formulovaných otázek, na něž mají jednotliví respondenti odpovědět (viz příloha 2). Data získaná na základě takových interview se snadněji analyzují, protože jednotlivá témata se lehce v přepisu rozhovoru lokalizují (Hendl 2005). Spektrum ostatních pěti respondentů bylo velmi rozdílné a rozhovor s nimi měl za úkol přinést co nejpresnější vhled do jejich segmentů a analyzovat jejich postavení a vliv na ostatní aktéry v řetězci. U této pětice byly provedeny rozhovory pomocí návodu a otázky byly přizpůsobeny jednotlivým aktérům. Návod rozhovoru představuje seznam otázek nebo témat, jež je nutné v rámci interview probrat (Hendl 2005).

Zájmovým územím této případové studie bylo celé Česko, tudíž výběr nebyl omezován polohou působnosti respondentů, konečná sestava pocházela z hl. m. Prahy a krajů Jihomoravského, Královéhradeckého, Plzeňského, Středočeského a Ústeckého. Data byla sbírána v období devíti měsíců od června 2012 do února 2013. Záznam dat byl prováděn pomocí nahrávacího zařízení, v případě nesouhlasu s nahráváním, byl zápis proveden ručně. Délka rozhovorů se lišila dle výřečnosti respondenta, průměrná délka rozhovoru činila 40 minut. Pro každého účastníka interview byl vytvořen tzv. souhrnný formulář kontaktu, který obsahoval mimo jiné i doslovnou transkripci rozhovoru. V případě producentů byla data získaná pomocí rozhovorů porovnávána mezi sebou, pro zjištění tendencí a trendů v odvětví. U ostatních účastníků kvalitativního výzkumu bylo cílem dozvědět se co nejvíce o jejich segmentu hodnotového řetězce. Vypracovaná diplomová práce byla zaslána všem respondentům a byl jim poskytnut jeden týden na vyjádření k jejímu obsahu, což především umožnilo opravu faktických nedostatků.

Výsledkem tohoto snažení by měl být podrobný rozbor současné situace v hodnotovém řetězci jablek v České republice.

4 GLOBÁLNÍ HODNOTOVÝ ŘETĚZEC OVOCE A ZELENINY

Tato kapitola se věnuje globálnímu hodnotovému řetězci ovoce a zeleniny. Každá z komodit patřící do této skupiny je specifická a totéž platí i o jejich hodnotových řetězcích. Nicméně v této kapitole budou plodiny spadající do tohoto sektoru zemědělství zkoumány jako celek a nevyhnutelně tedy dojde k určitému stupni zobecnění. Tato analýza slouží ke zmapování a vymezení hodnotového řetězce tohoto druhu zemědělských komodit. Jedná se tedy o popis současné situace v tomto sektoru skrze perspektivu GVC. Obzvláště tropické plodiny, ale i komodity mírného pásu se často exportují z rozvojových zemí, součástí této kapitoly bude i snaha o zhodnocení možnosti a náročnosti vstupu těchto zemí na globální trhy a také důsledků účasti v nich.

Ovoce a zelenina se odlišují od většiny dalších zemědělských plodin převážně svou náročností na logistiku v čerstvém stavu. Změny ve struktuře řetězce a obchodu s čerstvým ovocem a zeleninou jdou ruku v ruce se změnou poptávky a trhu. Poptávka po netradičních zemědělských exportních komoditách narůstá spolu s demografickým růstem populace, zvyšováním příjmů spotřebitelů a úrovně jejich vzdělání, změnami v životním stylu a nákupních zvyklostech. Současný trh s těmito komoditami se vyznačuje zvyšující se koncentrací dodavatelů i prodejců, přísnějšími požadavky na kvalitu a bezpečnost a potřebou zavádět nové produkty či zvyšovat jejich přidanou hodnotu (Humphrey 2006).

4.1 Historie a globalizace trhu s ovocem a zeleninou

Dle Friedlanda (2004) globalizace zemědělských komodit znamená, že se stanou globálními všechny tři klasické produkční komponenty: půda, práce a kapitál, i když každý z nich trochu odlišně. Komoditní systémy potravin jsou velmi rozdílné, velká část se stále odehrává maximálně na národní či mezinárodní úrovni v rámci geograficky blízkých zemí, u některých jsou globalizovány pouze určité segmenty řetězce a jen pár jich může být zařazeno mezi skutečně globální. Rozvoj obchodu s čerstvým ovocem a zeleninou v devadesátých letech vedl k prohlášení typu, že sektor čerstvého ovoce a zeleniny „je vskutku transnacionální“ (Friedland 1994, Bonanno 1994). Watts (1996) tvrdil, že klíčovým předpokladem pro globalizaci v tomto kontextu, je vertikální integrace skrze kontrakty spíše než skrze kontrolu a vlastnictví výrobních prostředků.

Pomineme-li tyto debaty o konceptu globalizace, bylo zřetelné, že mezinárodní obchod se zahradnickými produkty vzrůstá, zvyšoval se nejen objem, ale i rozmanitost

obchodovaných produktů. V roce 1990 bylo odhadnuto, že obchod s čerstvým ovocem a zeleninou představoval 5 % globálního trhu s komoditami, což je zhruba stejný podíl jako měla surová ropa (Jaffe 1993). Některé potraviny jsou předmětem mezinárodního, či dokonce globálního obchodu již mnoho let. Mezi takové patří kupříkladu cukr, který se na globální úrovni obchoduje už kolem 400 let. Z čerstvého ovoce a zeleniny pak vyčnívají banány, které jsou již více než století ve velkém dováženy nejen do Evropy a Severní Ameriky. Až do druhé světové války byla většina zemědělských plodin produkována a distribuována na lokální, regionální či národní úrovni (Friedland 2004). Expanze produkčně-spotřebních řetězců pak započala až po válce, obzvláště po roce 1960. K banánům, které se dovážely z tropických amerických či evropských koloniálních oblastí, se na začátku sedmdesátých let přidala širší škála tropického ovoce a došlo k rozvoji dovozů ze zemí jižní hemisféry, které začaly využívat rozdílného období sklizně. Kolem roku 1980 již byly tyto rozšířené komoditní vertikály schopny zajistit celoroční dodávku ovocných druhů či zeleniny, které byly dříve pouze sezónními (Friedland 2004). Jednou z prvních komodit, na kterých bylo možno rozvoj tohoto procesu pozorovat, byly stolní hrozny z Chile. Této zemi se podařilo zintensivnit produkci, vybudovat globální výrobní/distribuční systém a zajistit celoroční dodávky této plodiny na evropské a americké trhy. Rozmach v osmdesátých letech přinesl i rozvoj netradičních zemědělských exportů, například dovoz brokolice z Kostariky do Spojených států amerických (USA), hrášku z Keni a Zimbabwe do Velké Británie, export kiwi z Nového Zélandu do Evropy a Severní Ameriky (Friedland 2001). Zvýšená poptávka po čerstvém ovoci byla způsobena změnou struktury pracovních sil, nárůstem příjmů a expanzí střední třídy ve vyspělých zemích a také k ní přispěl nárůst celkového zájmu o zdraví (Friedland 2004). Vstup do těchto globálních hodnotových řetězců vyžadoval velké kapitálové investice do dopravy, systémů chlazení, koordinace rozmanitých segmentů vertikál a v neposlední řadě také do logistiky k zajištění spolehlivého transportu čerstvých produktů na enormní vzdálenosti. I díky Všeobecné dohodě o clech a obchodu (GATT) mohly velké americké společnosti rozšířit své distribuční sítě do Evropy a naopak. Na počátku devadesátých let dominovalo obchodu s čerstvým ovocem a zeleninou v Evropě a USA pět společností: Chiquita, Dole, Del Monte, Polly Peck International, Albert Fisher (Friedland 2004). První tři z těchto společností stále kontrolují velkou část obchodů v tomto odvětví. Společnost Dole Food Company je největším producentem a obchodníkem s ovocem a zeleninou na světě. V tabulce 1, je uveden současný profil těchto tří nadnárodních společností. Škála výrobků

a plodin, se kterými tyto velké společnosti obchodují, je velká, menší společnosti se daleko častěji specializují na konkrétní druh či skupinu ovoce a zeleniny.

Tabulka 1: Profil nadnárodních společností zabývajících se obchodem s ovocem a zeleninou (2010)

Společnost	Tržby (mld.USD)	Počet zaměstnanců	Počet zemí ve kterých působí
Dole Food Company, Inc.	6,9	59 000	90+
Fresh Del Monte Produce, Inc.	3,6	42 000	100+
Chiquita Brands L.L.C.	3,2	21 000	70

Zdroj: výroční zprávy společností, internetové stránky společností

4.2 Zahradnická revoluce

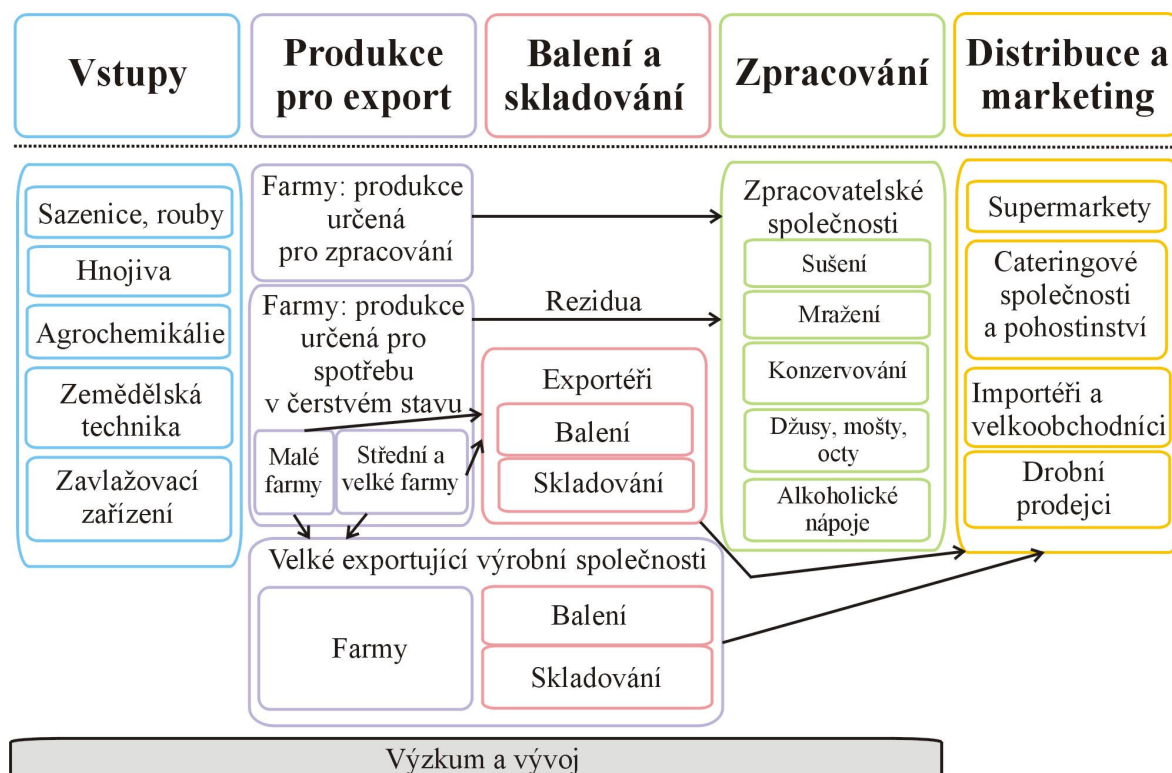
Trh s ovocem a zeleninou je jedním z nejrychleji rostoucích zemědělských trhů v rozvojových zemích. Mezi lety 1980–2004 produkce vzrůstala v průměru o 3,6 % ročně v případě ovoce a o 5,5 % u zeleniny. V průběhu tohoto období se na nárůstu celosvětové zahradnické produkce nejvíce podílela Čína, a to 58 procenty. Podíl ostatních rozvojových zemí činil 38 % a zbylá čtyři procenta připadala na rozvinuté státy. Tato revoluce nepochybně zvyšuje příjmy i zaměstnanost. Má však i svá negativa, například představuje velkou zátěž pro životní prostředí (produkce zahradnických produktů se podílí 28 % na celosvětové spotřebě pesticidů). Na rozdíl od zelené revoluce byla ta zahradnická zásluhou soukromého sektoru a trhu, což mělo vliv i na organizaci hodnotových řetězců (World Development Report 2008).

4.3 Struktura vstupů a výstupů

Úkolem této podkapitoly je identifikace hlavních segmentů v globálním hodnotovém řetězci ovoce a zeleniny. Řetězec představuje celý proces (od vstupů až po výstupy), který přináší produkt či službu od počáteční koncepce až k rukám spotřebitele. Jednotlivé segmenty hodnotového řetězce jsou doprovázeny dalšími podpůrnými funkcemi, jako jsou logistika a doprava. Vzhledem k povaze komodity, její křehkosti a rychlosti podléhání zkáze je nutné zachovat vysoký stupeň koordinace mezi jednotlivými aktéry v řetězci. Důležitým prvkem jsou chladicí systémy napříč celým řetězcem. Jednotlivé segmenty hodnotového řetězce čerstvého ovoce a zeleniny jsou znázorněny na obrázku 3. Struktura

vstupů a výstupů je zde reprezentována souborem boxů hodnotového řetězce, které jsou navzájem propojeny šipkami a které ukazují toky hmotného a nehmotného zboží a služeb. Tento konkrétní hodnotový řetězec zahrnuje 5 hlavních částí: vstupy, produkce pro export, balení a skladování, zpracování, distribuce a marketing. Výzkum a vývoj je koncentrován především v prvních čtyřech segmentech.

Obrázek 3: Globální hodnotový řetězec ovoce a zeleniny



Zdroj: Gereffi, Fernandez-Stark, Bamber (2011)

Segment vstupů zahrnuje prvky, které jsou potřebné pro kvalitní produkci. Řadíme sem sazenice a rouby, hnojiva, agrochemikálie, zemědělskou techniku a zavlažovací zařízení. U firem produkujících agrochemikálie dochází k výrazné koncentraci, v roce 2002 kontrolovalo 90 % globálních prodejí sedm největších společností, některé z těchto firem mají velký zájem i v sektoru osiv (Lang 2003). Produkce pro export je zajišťována farmami různých velikostí a lze ji rozdělit na dvě kategorie: produkci pro zpracování a produkci pro čerstvou spotřebu. Plodiny určené na zpracování jsou buď vytrženy z produkce pro čerstvou spotřebu, nebo jsou pro něj již přímo pěstovány. Farmy pak napřímo, nebo skrze prostředníka dodávají své zboží přímo exportérům. Šíření informací o nových produktech, procesech a postupech často v tomto segmentu zajišťují sdružení

producentů. První fází v segmentu balení a skladování je třídění, při němž se vyselektuje produkce vhodná pro export. Další procedury jako je mytí, porcování, balení nebo značení obstará přímo pěstitel, nebo některý z dalších aktérů řetězce. Skladování a přeprava v chladicích zařízeních i některé další posklizňové úpravy jsou poměrně nákladné na investice a mohou si je většinou dovolit jen větší farmy nebo exportní subjekty. Subjekty, které ovoce a zeleninu zpracovávají, nakupují suroviny u producentů a své výrobky pak exportují pod svou značkou či značkou kupujícího. Ovoce a zelenina se většinou zpracovávají, aby se prodloužila jejich trvanlivost. Konečnou fází je distribuce a marketing, zboží se dostává ke spotřebitelům nejčastěji skrze obchodní řetězce⁶, cateringové společnosti a restaurace, velkoobchody či menší maloobchodní prodejny (Gereffi, Fernandez-Stark, Bamber 2011).

4.4 Geografická dimenze

Dodavatelské řetězce ovoce a zeleniny jsou v dnešní době rozptýlené po celém světě a různé aktivity se provádí v odlišných částech světa. Každá země se přirozeně snaží využít svých konkurenčních výhod v globální ekonomice. Pro představu o současném exportu ovoce a zeleniny je zde prezentována tabulka 2, která ukazuje hlavní exportní plodiny a státy s největším podílem na jejich vývozu. Vstup do globálního hodnotového řetězce a na globální trhy je náročný nejen na investice. Mezi základní podmínky pro vstup země do hodnotového řetězce ovoce a zeleniny se řadí například vhodné klima, které umožňuje celoroční dodávky, adekvátní infrastruktura (jako jsou přístavy či letiště) pro přesun často velmi křehkých produktů na místo určení, zavedení sanitárních a fytosanitárních regulačních systémů či příznivá obchodní politika, která zvyšuje konkurenceschopnost dodavatele (Humphrey 2006). Některé z těchto podmínek se pak stávají vstupní bariérou převážně pro rozvojové země. Rozvojové státy mají často problém se přizpůsobit stále se zpřísnujícím normám v tomto odvětví a vstup do hodnotového řetězce je pro nově příchozí stále náročnější. Pro dodavatele jako jsou Keňa nebo Chile, kteří začali s exportem na konci 80. let, byl vstup mnohem snazší (Gereffi, Fernandez-Stark, Bamber 2011). Export čerstvého ovoce a zeleniny se na vývozu produktů z rozvojových zemí podílí velkou měrou, spolu se zpracovaným ovocem a zeleninou, rybami a výrobky z ryb, masem,

⁶ Slovní spojení „obchodní řetězec“ bude pro účely této diplomové práce reprezentovat mezinárodní maloobchodní řetězec s potravinami. Toto slovní spojení je synonymum se slovem supermarket, tak jak je chápáno v této práci.

ořechy a květinami, tento podíl v roce 2004 činil 43 %, s celkovou hodnotou 138 mld. USD (World Development Report 2008).

Tabulka 2: Hlavní exportní plodiny v kategorii ovoce a zelenina (dle kvantity vývozu), jejich podíl na celkovém exportu ovoce a zeleniny a státy s největším podílem na jejich vývozu v roce 2010

Pořadí dle kvantity exportu	Plodina	Podíl na celkovém exportu ovoce a zeleniny (%)	Pět zemí s největším exportem plodiny	Podíl pěti zemí s největším vývozem na celkovém exportu plodiny (%)
1	Banány	17	Ekvádor, Kostarika, Kolumbie, Filipíny, Guatemala	66
2	Brambory	11	Francie, Nizozemsko, Německo, Belgie, Kanada	62
3	Jablka	8	Čína, Itálie, Chile, USA, Polsko	51
4	Rajčata	7	Mexiko, Nizozemsko, Španělsko, Turecko, Sýrie	58
5	Pomeranče	6	Španělsko, Jihoafrická republika, USA, Egypt, Řecko	63
Celkem TOP 5		49		

Zdroj: vlastní zpracování (data: FAO 2012)

Jedny z nejvýznamnějších GCC/GVC studií s tématem čerstvé produkce se zabývají obchodem zemí subsaharské Afriky s EU, proto jsem si tento případ vybrala jako ukázkou jedné z mnoha možných podob hodnotového řetězce. Konkrétně se jedná o obchod Keni s Velkou Británií, tak jak ho ve svém článku popsali Humphrey, McCulloch, Ota (2004). Růst vývozu netradičních zemědělských plodin byl v posledním desetiletí jedním z mála světlých míst rozvoje afrického exportu. Jednou z úspěšných afrických zemí v tomto ohledu je i Keňa, a to převážně v kategorii exportu zeleniny. Během devadesátých let byla tato země největším africkým exportérem luštěnin do EU a prvním či druhým největším vývozcem v kategorii „ostatní zelenina“. Velká část tohoto vývozu mířila do

Velké Británie. Na konci šedesátých let se až 90 % čerstvých zahradnických produktů ve Velké Británii distribuovalo skrze velkoobchod, který propojoval rozptýlené producenty s malými obchodníky a obchůdky či stánky s ovocem a zeleninou. Ve stejné době začala Keňa vyvážet asijskou zeleninu i mimosezónní zeleninu mírného pásu. Na začátku bylo pouze několik málo rodinných podniků vlastněných Asiaty, avšak v polovině osmdesátých let již těchto exportérů bylo více než sto. Někteří z velkých exportérů měli dohody se středně velkými farmami, ale většina zboží stále pocházela od drobných zemědělců. V sektoru distribuce však od té doby nastala velká změna. Dnes obchodu dominuje šest britských obchodních řetězců, které nakupují zboží u velkých exportérů/zpracovatelů, kteří pěstují většinu zeleniny na vlastních farmách (na vlastní či pronajaté půdě) nebo ji nakupují od velkých smluvních partnerů. Způsob, jakým tyto obchodní řetězce mezi sebou soutěží a jak je organizován hodnotový řetěz za účelem maximalizace konkurenceschopnosti supermarketu, průniku na trh a marží mají důležitý vliv na africké exportéry. Čerstvé ovoce a zelenina se staly klíčovou oblastí soupeření mezi maloobchodníky a své zákazníky se snaží udržet kvalitou, celoroční dostupností, prezentací a pestrou nabídkou produktů, stejně jako atraktivním obalem a inovacemi. Většina zboží, spadající do kategorie „luxusní zelenina“, je v supermarketech v dnešní době prezentována ve zpracované a zabalené podobě. Balení a zpracovávání těchto produktů se v tomto případě odehrává v místě produkce. Pět největších keňských exportérů čerstvé zeleniny má významné balírny v blízkosti letiště v Nairobi, kde zaměstnávají velký počet pracovníků, převážně žen. Se vzrůstající náročností zpracování produkce musí exportéři splňovat stále vyšší hygienické a bezpečnostní standardy pro potraviny a investovat značné finanční prostředky (Humphrey, McCulloch, Ota 2004).

Zabírání kvalitní půdy (landgrabbing) zahraničními investory v rozvojových zemích se týká i zahradnického průmyslu. Například ve zmiňované Keni si v roce 2008 pronajal Katar 40 000 ha půdy za účelem pěstování ovoce a zeleniny. Půda mu byla poskytnuta výměnou za poskytnutí financí (2,3 mld. USD) pro přístav (IFPRI 2009).

Komoditní vertikály různých druhů ovoce a zeleniny se mohou velmi lišit, při exportu primárních komodit se zpracování často omezuje pouze na přípravu pro export, případně sušení či loupání. Avšak u všech plodin pro export platí, že chtějí-li uspět na trhu, musí splňovat náročné požadavky významných zákazníků na exportních trzích, kde je pouze malý prostor pro exportéry, kterým chybí investiční schopnosti na zajištění konsistentních, kvalitních produktů, které jsou v souladu s regulačními požadavky.

4.5 Struktura řízení globálního hodnotového řetězce

Analýza struktury řízení (angl. governance) hodnotového řetězce umožňuje porozumět tomu, jak je řetězec ovládán a koordinován v případě, kdy mají někteří aktéři v řetězci více moci než ostatní. Pojem struktura řízení je definován následovně: „poměr kompetencí a moci, který určuje, jak jsou rozděleny a jak proudí finanční, materiální a lidské zdroje uvnitř řetězce“ (Gereffi 1994, str. 97). GVC analýza upouští od dělení na výrobcem a nákupem řízené řetězce a zavádí propracovanější typologii pěti struktur řízení, kterou můžeme vidět v příloze 3. Nicméně u zemědělských komodit se mi zdá rozdělení dle přístupu GCC stále dostačující, tak ho zde využiji. Podobně jako většina ostatních zemědělských komodit je i řetězec čerstvého ovoce a zeleniny řízen nákupem. To znamená, že klíčové funkce v řízení řetězce zastávají maloobchodníci a obchodníci předních značek. Zásadní faktory, které pohánějí řízení nákupem v zahradnictví, se vztahují ke Gereffiho čtvrté dimenzi: tedy k sociálnímu a ekonomickému kontextu, ve kterém řetězec působí (Barrientos, Dolan 2003). Například změny spotřebních vzorců ve vyspělých zemích. Hlavními aktéry v tomto typu hodnotového řetězce jsou velké nadnárodní obchodní řetězce s potravinami, které dominují jak na nejvýznamnějších exportních trzích, s kontrolními podíly na trzích v EU i Spojených státech (Humphrey 2005), tak na trzích nově vznikajících (Reardon, Berdegue 2006). Ve většině případů však tyto supermarketové nevlastní žádné výrobní či zpracovatelské zařízení, ale řídí proces od počátku až k momentu prodeje prostřednictvím intenzivních vztahů v rámci dodavatelského řetězce (Barrientos, Dolan 2003). Vrátime-li zpět se k případu exportu zemědělských produktů z Afriky, tam to funguje tak, že zástupci supermarketů většinou své africké dodavatele dvakrát ročně navštíví, aby se ujistili, že produkce je pěstována, zpracovávána a přepravována v souladu s jejich požadavky (Dolan, Humphrey 2000). Pro supermarketové jsou čerstvé produkty, jako jsou ovoce a zelenina (ale také například čerstvé maso či víno) důležité, protože jejich kvalita a čerstvost jsou často pro spotřebitele rozhodujícím kritériem pro výběr či změnu supermarketu. Je to také jedna ze dvou kategorií (společně s masem), která v podstatě celá spadá pod vlastní značku supermarketu, a tak nad ní může mít značný vliv a kontrolu. Výsledkem je, že se za posledních patnáct let přesunulo oddělení s čerstvou produkcí do předních částí supermarketu a dvojnásobně se zvětšila plocha, na níž se tato produkce nabízí (Fearne, Hughes 1999).

Poválečná koncentrace a centralizace kapitálu, která nastala v maloobchodním sektoru, byla součástí širších tendencí akumulace kapitálu ve většině sektorů vyspělých

ekonomik. Před nástupem velkých obchodních řetězců byl dodavatelský řetězec řízen výrobcí (Lawrence, Burch 2007). V polovině sedmdesátých let byl rozšířen názor, že produkce, distribuce a maloobchodní prodej potravin bude na globální úrovni organizován předními zpracovatelskými podniky, jako Nestlé, Heinz či Unilever. To se nepotvrdilo, avšak proces vertikální koordinace v zemědělsko-potravinářském průmyslu nakonec nastal, není však řízen výrobními firmami, nýbrž globálními maloobchodními řetězci, řetězci s fast-food občerstvením a dalšími velkými společnostmi (Lawrence, Burch 2007). Velký podíl na této transformaci měla poptávka po sortimentu kvalitních výrobků a jejich masová spotřeba. Před nástupem těchto globálních hráčů se mezinárodní obchod s čerstvou zeleninou a ovocem uskutečňoval za pomoci série decentralizovaných nezávislých obchodních vztahů. Ke spotřebiteli se ovoce a zelenina dostávala skrze širší spektrum obchodů, z nichž velká část byly specializované prodejny s ovocem a zeleninou, které byly většinou v soukromém vlastnictví. V současné době je obchod s potravinami v rukou několika málo globálních hráčů, například v Austrálii tři největší řetězce ovládají 80 % obchodu s potravinami a 60 % obchodu s čerstvými produkty. Ve Velké Británii čtyři firmy kontrolují 75 % všech prodejů v supermarketech (Lawrence, Burch 2007). V západní Evropě je až 40 % čerstvého ovoce, zeleniny a vína prodána skrze supermarket (Robinson 2004). Tyto přední potravinářské obchodní společnosti mají významný vliv na celý řetězec čerstvého ovoce a kontrolují jejich produkci, sklizeň, zpracování i skladování. Toho bylo dosaženo aplikací jejich vlastních privátních norem a pravidel, které určují charakteristiku výsledného produktu, jeho kvalitu, velikost, použití pesticidů, sociální a environmentální podmínky pěstování a posklizňovou úpravu. O těchto standardech bude řečeno více v následující podkapitole.

4.5.1 Standardy

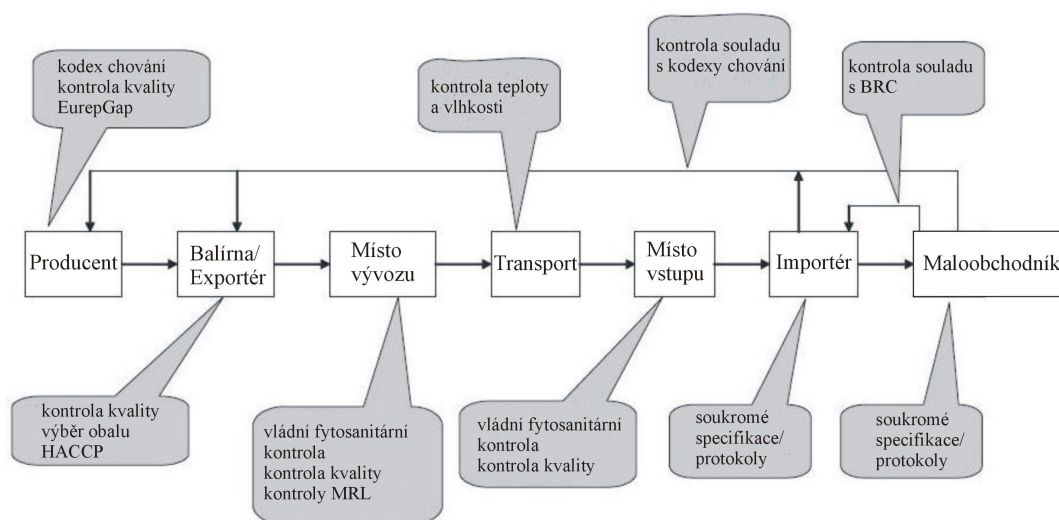
Standardy hrají v globálních hodnotových řetězcích stále větší roli, o jejich důležitosti a vlivu vypovídá i velké množství literatury, která se tímto tématem zabývá. Normu můžeme definovat následovně: „Dokumentované dohody obsahující technické specifikace nebo jiná přesná kritéria, sloužící ke konzistentnímu užití jako pravidla, směrnice nebo definice, aby bylo zajištěno, že materiály, výrobky, procesy a služby jsou vhodné pro dané účely.“ (ISO Guide 2, 1996). Předmětem této podkapitoly budou globální či mezinárodní normy pro potraviny a zemědělství a komplexnost institucí, které tyto normy vymezují v různých oblastech. Je možno rozlišit několik typů norem, v případě agrobyznysu je nejdůležitější rozdělení na povinné standardy, které jsou vyvíjeny a/nebo přijímány

vládami a na ty, vyvinuté privátním sektorem – jak individuálními firmami, tak i skupinami firem či obchodními sdruženími (Humphrey 2005). V posledních 10–15 letech je klíčovým trendem v řízení globálních zemědělsko-potravinářských hodnotových řetězců rostoucí převaha privátních standardů (Jaffee, Henson 2004). Kromě tohoto trendu vykazují standardy v agrobyznysu ještě další tři tendence: a) zpřísňování povinných veřejných norem, týkajících se bezpečnosti potravin; b) přechod z produktových norem na procesní normy; c) rostoucí oblast působnosti norem (Humphrey 2006). První ze jmenovaných trendů nastal hlavně díky sérii afér souvisejících s kvalitou a kontaminací potravin a z toho plynoucího vzrůstajícího strachu spotřebitelů. Příkladem z nedávné doby mohou být například okurky způsobující vážné střevní potíže v Německu. Zvyšující se povědomí o možných zdravotních rizicích vedlo ke zpřísňování norem, v EU to byly zejména standardy týkající se reziduí pesticidů, barviv, čistoty či značení potravin. Podobné důvody vedly i k posunu od produktových norem k procesním. Procesní normy mohou být využity jako náhrada za normy produktové, tyto ale nadále zůstávají důležitým prvkem v bezpečnosti potravin. Produktové normy nařizují kontroly většinou v místech importu či exportu, ale i při velmi důsledných kontrolách dochází k častým selháním, a to především z důvodu nákladnosti testování jednotlivých rizik, které navíc mohou do produktu vstupovat hned na několika místech během výrobního procesu. Standardy se tedy začaly přesunovat od místa importu blíže k místu produkce a zpracování (Humphrey 2006). Na obrázku 4 je znázorněno, na jakých místech dodavatelského řetězce ovoce a zeleniny se jednotlivé kontroly odehrávají.

Procesní normy mohou také pomoci podporovat sociálně a environmentálně příznivější zemědělské praktiky, jako je například zákaz dětské práce. Přechod k procesním normám představoval změnu v celkové filosofii bezpečnosti potravin. V EU to jasně dokládá předpis Evropské komise č.178/2002, který vstoupil v platnost v roce 2005 a který dal vznik Evropskému úřadu pro bezpečnost potravin. Toto nařízení vyzdvihuje důležitost schopnosti dohledat a vystopovat potraviny, krmiva a přísady ve všech fázích výroby, zpracování a distribuce. Jeden z příkladů posunu k procesním standardům bylo i přijetí Systému analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů (HACCP) velkým množstvím států. Například od poloviny devadesátých let bylo v USA povinné mít HACCP pro zpracování rostlin, masa, drůbeže, ryb a ovocných džusů (Humphrey 2006). Dalším trendem, kterým se budeme zabývat, je rostoucí význam privátních standardů, neboli posílení role privátního sektoru a organizací občanské společnosti v regulačním procesu. Tito soukromí aktéři, ať už z řad podniků nebo

nevládních neziskových organizací, pohánějí současný rozvoj norem. Pojem soukromý standard odkazuje na konkrétní značky soukromých společností, které se snaží takto odlišit své výrobky a vyzdvihnout jejich špičkovou kvalitu. Příkladem jsou vlastní soukromé standardy, které zavádějí obchodní řetězce, jedním z nich je třeba Nature's Choice, zavedený obchodním řetězcem Tesco či Filière de Qualité aplikovaná Carrefourem, tyto standardy mají garantovat vysokou kvalitu, bezpečnost a odpovědnost k životnímu prostředí skrze monitoring a certifikaci dodavatelů (Humphrey 2006).

Obrázek 4: Bezpečnost potravin a kontrola kvality v dodavatelských řetězcích ovoce a zeleniny



Zdroj: Willems, Roth, Roekel (2005)

Ještě o něco významnější jsou kolektivní privátní normy vyvíjené skupinami firem a obchodními sdruženími. V potravinářském průmyslu je jedním z nejdůležitějších standardů GlobaGAP, nezisková organizace, jejíž cílem je: „bezpečná a udržitelná zemědělská produkce po celém světě“ (globalgap.org 2013). Mezi další významná privátní sdružení patří Globální iniciativa pro bezpečnost potravin (GFSI) či Iniciativa pro udržitelné zemědělství (Sustainable Agriculture Initiative). Nutno však podotknout, že hranice mezi veřejnými a privátními normami nemusí být vždycky naprosto zřetelné. Významné standardy v zahradnickém průmyslu jsou znázorněny v tabulce 3.

Tabulka 3: Významné standardy v zahradnickém průmyslu

	Veřejné		Privátní	
	Povinné	Dobrovolné	Individuální	Kolektivní
Národní	<ul style="list-style-type: none"> Vnitrostátní právní předpisy (používání pesticidů, pracovně právní předpisy, hygienické kontroly) USDA – Ministerstvo zemědělství USA 	<ul style="list-style-type: none"> HACCP – Systém analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů 	<ul style="list-style-type: none"> Nature's Choice (Tesco) Field-to-Fork (Marks & Spencer) Terre et Saveur (Casino – Fr.) Conad Percorso Qualità (Itálie) Albert Heijn BV: AH Excellent (Nizozemsko) 	<ul style="list-style-type: none"> BRC – Britské obchodní konsorcium (Velká Británie) Assured Food Standards (Velká Británie)
Regionální	<ul style="list-style-type: none"> Předpisy EU 		<ul style="list-style-type: none"> Filières Qualité (Carrefour) 	<ul style="list-style-type: none"> EurepGAP Dutch HACCP QS – Qualitat Sicherhiet (Belgie, Nizozemsko, Rakousko) IFS – International Food Standard (Německo, Francie, Itálie)
Mezinárodní	<ul style="list-style-type: none"> Dohoda v rámci Světové obchodní organizace o uplatňování sanitárních a fytosanitárních opatření 	<ul style="list-style-type: none"> ISO 9000 ISO 22000 	<ul style="list-style-type: none"> SQF 1000/2000/3000 Bezpečné a kvalitní potraviny (USA) 	<ul style="list-style-type: none"> GlobalGAP GFSI – Globální iniciativa pro bezpečnost potravin SA8000 IFOAM

Zdroj: Gereffi, Fernandez-Stark, Bamber (2011)

4.6 Institucionální rámec

Institucionální rámec identifikuje, jak lokální, národní a mezinárodní politika a podmínky formují globalizaci na každé úrovni hodnotového řetězce (Gereffi 1995). Instituce zahrnují daně a pracovně právní předpisy, dotace či politiku vzdělávání a inovací, která může průmyslu a rozvoji buď pomoci v růstu, nebo mu bránit. Mezi instituce řadíme vlády jednotlivých států, obchodní sdružení, unie, nevládní organizace, multilaterální agentury a regulační orgány. Všechny tyto instituce ovlivňují činnost globálního hodnotového

řetězce. Mnohé vlády podporují zahradnickou produkci prostřednictvím opatření, která omezují konkurenci v podobě dovozů, či skrze podporu exportu. Tato podpůrná opatření mohou vést k narušení obchodních toků a mezinárodních cen ovoce a zeleniny. Častěji však vykazují větší vliv na tento průmysl vedoucí firmy než vládní zákony a předpisy. Protože instituce mohou mít potíže v prosazování svých nařízení, zatímco když dodavatel nevyhovuje standardům vedoucí firmy, může čelit tvrdým trestům nebo může být vyřazen z řetězce. Vládní intervence v ovocnářsko-zelinářském průmyslu jsou výrazně nižší než v ostatních zemědělských sektorech (Diop, Jaffe 2005). V zemích OECD (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj) jsou domácí subvence dlouhodobě velmi nízké. Z průmyslově nejvyspělejších regionů vykazuje větší míru podpory pro některé komodity zejména EU. Střední míru podpory sektoru ovoce a zeleniny vykazuje Japonsko a Kanada (Diop, Jaffe 2005). Nejvíce využívaným nástrojem k ochraně sektoru ovoce a zeleniny je regulace přístupu na trh. EU, Japonsko a Spojené státy americké využívají podobných ochranných nástrojů (nízkých, ale velmi rozptýlených cel, specifických cel, sezónních tarifů, celních eskalací, preferenčních přístupů, celních kvót) avšak v různé míře. Výše cel u konkrétního sortimentu produktů závisí na několika faktorech. Mezi jinými se jedná například o datum vstupu (sezónní faktor), stupeň zpracování (eskalační fenomén), či vztahy s exportujícími zeměmi (preferenční dohody a regionální a bilaterální dohody o volném obchodu). Export čerstvé zeleniny čelí obecně vyššímu stupni ochrany, což odráží skutečnost, že cla uvalená na zahradnické plodiny mírného pásu jsou vyšší než cla určená pro tropické komodity (jímž dominuje ovoce) (Diop, Jaffe 2005).

Jednou z klíčových institucí, která určuje pravidla mezinárodního obchodu, a tedy i obchodu s ovocem a zeleninou, je Světová obchodní organizace (WTO). První multilaterální dohoda zaměřená na zemědělství byla zásluhou Uruguayského kola jednání, které probíhalo v letech 1986–1994. V rámci tohoto kola byla uzavřena Dohoda o zemědělství, jejímž cílem bylo reformovat obchod v tomto odvětví a učinit jednotlivé politiky více orientovanými na trh. Byly identifikovány čtyři pilotní okruhy, o kterých se jednalo: přístup na trh, domácí podpory, vývozní subvence, zvláštní a rozdílné zacházení s rozvojovými zeměmi (MZe 2013b). Pro sektor ovoce a zeleniny byla významná i Hongkongská konference (2005), kde byla uzavřena předběžná dohoda o zrušení vývozních subvencí v oblasti zemědělství do roku 2013, či například zavedení monitoringu na dovozy banánů do EU, jednalo se o úroveň celní zátěže na banány ze zemí AKT (země africké, karibské a tichomořské oblasti) a zemí Jižní Ameriky (MZe 2013b). Od roku 1995, kdy byla zahájena implementace Dohody o zemědělství, do roku 2013,

bylo Světovou obchodní organizací přijato 456 obchodních sporů, které reflektují nespokojenost některých členů WTO se způsoby zavádění pravidel jinými členskými státy (WTO 2013). Kolem dvaceti těchto sporů se týkalo přímo ovoce či zeleniny, nejčastějšími příčinami sporů byla sanitární a fytosanitární opatření (karanténa) a kontroly kvantity dovozů. K nejznámějším konfliktům, které se týkají množství restrikcí u dovozů, patří spor o banány, který měl dlouhou historii již v rámci GATT. Otázka banánů byla jednou z nejdéle trvajících rozepří v poválečném multilaterálním obchodním systému (1991–2009) a vyvolala značnou diskusi napříč širokým spektrem členů WTO.

Předmětem sporu byl preferenční a bezcelní dovoz banánů ze zemí AKT a omezení množství dovozů ze zemí mimo AKT (zahrnující vývozy nadnárodních společností z Latinské Ameriky) do Evropské unie. Spor ukončila Ženevská dohoda o banánech, která byla schválena v prosinci roku 2009 (Evropskou unií, státy Latinské Ameriky a USA). Dohoda spočívala v postupném snižování tarifů na banány dovážené z Latinské Ameriky až na 114 € za tunu v roce 2017 (WTO 2012).

Následující odstavec se bude zabývat Společnou zemědělskou politikou EU (CAP) a jejím vlivem na obchod s ovocem a zeleninou. CAP byla zavedena po druhé světové válce a měla za úkol zajistit potravinovou bezpečnost v Evropě. Pro ovoce a zeleninu jsou používány dva mechanismy. Prvním z nich je dovozní clo a druhým je podpora pěstitelů pro zajištění minimálních cen jejich produkce. Obchodní vztahy EU s ostatními státy jsou charakteristické velkým počtem preferenčních dohod, meziregionálních iniciativ a jiných ujednání (Buchtová 2012). Obchod s některými zemědělskými výrobky je řešen pomocí samostatných obchodních úmluv. Jsou upřednostňovány vztahy s členskými zeměmi Evropského sdružení volného obchodu (Norsko, Švýcarsko, Island a Lichtenštejnsko), další dohody typu zóny volného obchodu jsou uzavřeny se státy Středomořské oblasti (např. Tunisko, Jordánsko, Egypt, Alžírsko atp.). Zvýhodněny jsou i státy AKT a další země, se kterými jsou uzavřeny preferenční dohody (Turecko, Izrael, Chorvatsko, JAR, Mexiko, Čína...). Vyspělé země obchodují s EU na základě smluvních celních sazeb (Buchtová 2012). Určité jednostranné preference (např. snížení či odstranění celních sazeb) jsou poskytovány rozvojovým a nejméně rozvinutým zemím, zemím západního Balkánu či 20 zámořským zemím a územím s nimiž mají některé členské státy EU zvláštní vztahy. Dovozní omezení jsou stanoveny individuálně dle druhu ovoce či zeleniny a také dle jednotlivých zemí. Pravidla pro uplatňování vstupní ceny pro ovoce a zeleninu jsou stanovena v nařízení Komise (ES) č. 543/2011, ve znění pozdějších předpisů (Buchtová 2012). Vstupní ceny, celní sazby a přehled celních kvót při dovozu ovoce a ovocných

výrobků do zemí EU jsou součástí příloh 4 a 5. V rámci zemědělství EU je zahradnictví jedním z nejvíce liberalizovaných sektorů (Bunte 2005). Pro obchod s většinou druhů ovoce a zeleniny nemají dovozní omezení nikterak velký význam, u některých plodin však představují značné obchodní bariéry (např. banány, citrusové plody, rajčata). Podpora pěstitelů ovoce a zeleniny v EU je poskytována několika způsoby. Mezi základní opatření patří režim jednotné platby, podpora organizací producentů, propagace zemědělských výrobků, projekt Ovoce do škol a opatření pro rozvoj venkova. V roce 2006 bylo v EU celkem 1502 organizací producentů ovoce a zeleniny (Copa-Cogeca 2010). V plánovacím období 2007–2013 výdaje na podpůrná opatření v tomto sektoru představovala 3,5 % z Evropského zemědělského záručního fondu (Copa-Cogeca 2010). Dalšími nástroji, kterými se EU snaží zajistit stabilitu v příjmech zemědělců, je stahování produkce z trhu, zelená sklizeň (úplná sklizeň neobchodovatelné produkce před běžnou sklizní) či nesklizení produkce. Když cena klesne pod určitou intervenční úroveň, EU financuje stažení ovoce či zeleniny z trhu. Většina těchto přebytků je zničena. Jinými slovy se tedy EU snaží udržet vysoké ceny omezením dostupnosti produkce, což má samozřejmě dopad i na ceny celosvětové. Reforma z roku 1992 snížila množství takto staženého ovoce a zeleniny na polovinu, ale za poslední léta nebyl zaznamenán další pokles (Veerman, Barendregt, Mackenbach 2005).

Protekcionistické politiky vyspělých států deformují trh především s konkurenčními plodinami. Mnoho rozvojových zemí má v produkci těchto komodit komparativní výhodu, jednak proto, že pěstování ovoce a zeleniny je náročné na pracovní sílu, a také díky agro-ekologickým podmínkám tropických či subtropických regionů. Subvence v zemích OECD často tuto komparativní výhodu výrobců z rozvojových zemí dorovnávají. V případě nekonkurenčních plodin je situace odlišná, jelikož se tyto plodiny v rozvinutém světě pěstují jen velmi málo, vyspělé země tyto trhy nijak výrazně nepodporují ani nechrání (FAO 2003).

4.7 Upgrading

GVC přístup analyzuje globální ekonomiku prostřednictvím dvou kontrastních perspektiv: shora dolů a zdola nahoru. Pohled shora dolů se zaměřuje především na řízení globálních hodnotových řetězců, zejména na vedoucí firmy a organizaci mezinárodních průmyslových odvětví. Hlavním konceptem, který zkoumá pohled zdola nahoru, je pak upgrading, který se soustředí na strategie používané zeměmi, regiony a dalšími ekonomickými subjekty k udržení či zlepšení jejich pozice v globální ekonomice.

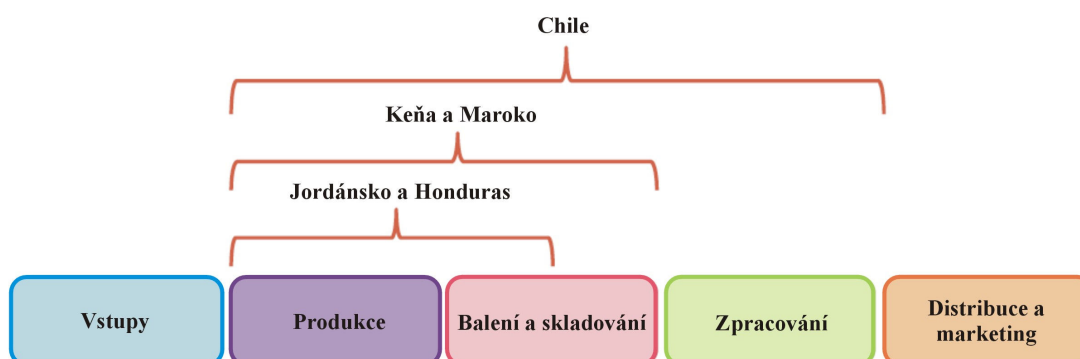
Ekonomickým upgradingem je nazýván pohyb firem, zemí či regionů směrem k aktivitám s vyšší hodnotou v GVC za účelem získání větších výhod z účasti na globální produkci (Gereffi 2005). Humphrey a Schmitz (2002) vymezili čtyři typy upgradingu: procesní, produktový, funkční, mezisektorový. V posledních dvaceti letech docházelo k významnému upgradingu v řetězci s ovocem a zeleninou v řadě zemí, nejvíce pak byly změny patrné v zemích rozvojových. Upgrading usnadňovalo zlepšování znalostí o produkci, pokroky v oblasti logistiky a přepravy, lepší přístup k informacím o poptávce a trhu a schopnost producentů dodržovat přísnější normy. Funkční upgrading či posun k segmentům hodnotového řetězce ovoce a zeleniny s vyšší přidanou hodnotou se do značné míry vyznačuje lineární povahou (Gereffi, Fernandez-Stark, Bamber 2011). Tento posun také většinou představuje významné navýšení příjmů a dle evidence k němu dochází až poté, co země úspěšně upevní svou pozici v nižších segmentech hodnotového řetězce (Gereffi, Fernandez-Stark, Bamber 2011). Hlavní fáze funkčního upgradingu v hodnotovém řetězci ovoce a zeleniny můžeme popsat následovně:

- Vstup do globálního hodnotového řetězce skrze produkci čerstvého ovoce a zeleniny pro export na zahraniční trhy.
- Po dosažení produkční funkce, mohou země začít poskytovat služby v segmentu balení a skladování, aby zlepšily svůj přístup ke klíčovým trhům a vyhnuli se konkurenci ze strany nových zemí, které nově vstupují na trh (Jaffee, Masakure 2005).
- Následuje upgrading na segment zpracování (až sem se podařilo dospět pouze několika málo rozvojovým zemím).
- Poslední fází je upgrading ze segmentu zpracování na segment distribuce a marketingu produktu. USA a EU jsou hlavními trhy v tomto řetězci.

Na obrázku 5 jsou znázorněny jednotlivé fáze upgradingu v hodnotovém řetězci ovoce a zeleniny ve vybraných zemích.

Produktový a procesní upgrading hraje v tomto odvětví také důležitou roli a možnosti pro tyto typy upgradingu jsou v zahradnickém průmyslu obrovské. Jedná se o posun směrem k sofistikovanějším produktovým řadám a zvyšování efektivity produkce pomocí reorganizace výroby či zaváděním nových technologií. Produktový i procesní upgrading se může odehrávat napříč všemi segmenty hodnotového řetězce. Například procesní upgrading výrazně pomohl rozvojovým zemím s přizpůsobením se rostoucímu počtu veřejných a privátních norem (Gereffi, Fernandez-Stark, Bamber 2011).

Obrázek 5: Fáze upgradingu v hodnotovém řetězci ovoce a zeleniny, jichž dosáhly vybrané rozvojové státy



Zdroj: Fernandez-Stark 2011

Důležitým prvkem je při upgradingu tok informací a znalostí uvnitř hodnotového řetězce. Otázkou zůstává, nakolik tento tok utváří základnu pro upgrading, zejména pak tok směrem od velkých odběratelů k malým dodavatelům. Jinými slovy, do jaké míry toky znalostí v hodnotovém řetězci podporují upgrading a jaké komplementární toky jsou nutné k udržení tohoto upgradingu. Vazby uvnitř GVC nabízejí možnost transferů znalostí privátního sektoru, které by měly poskytnout aktuální a relevantní informace pro producenty, zpracovatele a exportéry v rozvojových zemích. Tento transfer však neprobíhá automaticky. Například studie lokálních producentů rajčat v Zambii zjistila, že: „žádný ze zkoumaných supermarketů neposkytoval technickou pomoc svým dodavatelům. Supermarkety poskytovaly pouze informace o plodinách, které chtěly nakoupit a také o třídách a standardech, kterých by farmáři měli dosáhnout.“ (Emongor, Louw, et al. 2004, str. 34). Technická pomoc, pokud byla poskytována, pocházela většinou od nestátních neziskových organizací. Typický velký odběratel (např. supermarket) je totiž zodpovědný za zajišťování stovek či tisíců rozdílných produktových řad a tím pádem často postrádá odborné znalosti produktů. Spíše než by tedy poskytoval *řešení* (instrukce a informace, co a jak má být uděláno), skýtá *problémy* (specifikace typu produktů, které požaduje). A i když jsou někdy velcí maloobchodníci zapojeni do inovačního procesu, zaměřují se na finální produkt a ne na proces produkce. U zpracovatelů je to odlišné, ti jsou často specialisté s úzkým zaměřením na přesně vymezenou oblast, například na jednotlivé druhy ovoce. Jejich znalosti technických a ekonomických dopadů různých vlastností produktů, které zpracovávají, jim poskytují znalostní základnu, která může být využita pro zlepšení

produktivity, zejména u uvězněných dodavatelů (viz příloha 3). Dodavatelé vstupů, kteří jsou dalším zdrojem znalostí v hodnotovém řetězci, obvykle také dobře znají svůj sektor. Tito dodavatelé většinou zemědělcům technickou pomoc poskytují, protože z toho pro ně plynou přímé výhody, například tvoří součást podpory prodeje. Podpora upgradingu může přicházet i z různých zdrojů, které se nacházejí mimo hodnotový řetězec (například mezinárodní NNO, rozvojové agentury, multilaterální orgány atp.) (Humphrey 2006).

5 JABLKO JAKO KOMODITA

Následující kapitola se zabývá pouze jednou z komodit náležejících do sektoru ovoce a zeleniny, a to jablkem. Jablko bylo vybráno jako typický zástupce plodiny mírného pásu, jenž se účastní mezinárodního obchodu. Obchod s jablky čile probíhá na mezinárodní úrovni a toto ovoce patří k hlavním exportním plodinám v kategorii ovoce a zelenina. Bude zde popsána historie, odrůdy, posklizňové úpravy, produkce a spotřeba na světové i evropské úrovni či trh s touto komoditou.

5.1 Historie jablka

Jablko je plodem jabloně, jedná se o malvici a patří do čeledi růžovitých. Jabloň domácí (*Malus x domestica* Borkh.) je hojně rozšířena v mírném pásu na obou polokoulích, ve vysokých nadmořských výškách tropického pásu a najdeme ji na všech kontinentech kromě Antarktidy. Jablka se konzumují čerstvá, sušená či konzervovaná, nebo se dále zpracovávají například na jablečný džus, marmelády či k výrobě alkoholických nápojů. Poprvé byla popsána v roce 1803 Moritzem Balthasarem Borkhausenem (Luby 2003). Původ jabloně domácí a jablka, jak jej známe dnes, byl poměrně dlouhou dobu neznámý a existovalo vícero hypotéz o jeho vzniku. Zlom nastal v roce 2010, kdy se vědcům podařilo rozluštit celý genetický kód jablka. Jedná se o nejrozsáhlejší genom plodiny, který byl doposud popsán. Zjistilo se, že genom byl zhruba před 50 miliony lety náhodně zdvojen, což vysvětluje jeho odlišnost od dalších členů čeledi růžovitých, pravděpodobně se tak stalo za katastrofické přírodní události. Bylo zjištěno, že jablka byla domestikována přibližně před 4000 lety z divoce rostoucího předka *Malus siversii*, a byla tím popřena hypotéza, že ke vzniku dnešního jablka došlo hybridizací různých druhů (Velasco, Zharkikh, et. al. 2010). Tento divoce rostoucí druh dodnes roste v horách Centrální Asie v nadmořských výškách kolem 1200–1800 m n. m. Předpokládá se, že se tato jablka dostala z Ťan-Šanského regionu na západ a byla domestikována Peršany. Později se dostala k Řekům a Římanům, kteří rozšířili pěstování ovoce po Evropě (Luby 2003). Nejstarší pozůstatky jablka byly nalezeny v Anatólíi a jejich stáří se odhaduje na 6 500 let př. n. l. Okolo roku 2500 př. n. l. o jablku píší klínovým písmem v Mezopotámii a rovněž byly nalezeny plátky sušeného jablka v hrobce královny Pu-Abi poblíž Basry. V roce 300 př. n. l. dobyl Persii Alexandr Veliký a následně rozšířil kultivaci ovoce po celém Řecku. V téže době řecký filozof Theophratus již rozlišuje mezi jablky divokými a jejich sladkými nástupci. Po nástupu Římské říše se kultivace ovoce rozšířila na sever i západ

Evropy. Římský spisovatel Plinius již zmiňuje vícero variant jablka a jeho roli v kuchyni, medicíně či estetický význam. S růstem a rozmachem křesťanství a islámu v následujících stoletích byla jablka zachovávána a nahrazovala původní evropské plané druhy, které jedli například Keltové či Skandinávci (Luby 2003). Od 13. století se jablka již běžně pěstují v zámeckých zahradách, ale i u prostých občanů. V 17. století již bylo v západní Evropě známo 120 kultivarů. V roce 1826 Královská zahradnická společnost již uznávala 1 200 variant. Konec 19. a začátek 20. století znamenal boom v kultivaci a diversifikaci odrůd. Z Evropy se pěstování jabloní dostalo i na další kontinenty, především v době kolonizace. V současné době je známo více než 7 500 různých odrůd (Luby 2003).

Jablka se rovněž objevují v mytologii, tradicích, folklóru, literatuře a náboženstvích mnoha národů a už po několik tisíciletí jsou součástí kulturního života člověka. Například v křesťanství se s ním setkáváme v knize Genesis, kdy Adam a Eva snědli jablko ze stromu poznání dobra a zla.

5.2 Produkční oblasti světa

Většina světové produkce jablek pochází z mírného pásu severní a jižní polokoule. V Evropě a Severní Americe přibližně v rozmezí 40°–50° s. š., 30°–40° s. š. v Asii a 20°–40° j. š. na jižní polokouli. Díky zmírňujícímu vlivu oceánu, větším nadmořským výškám či novým odrůdám však lze jablka pěstovat i mimo tyto zeměpisné šířky. Rozvoj zavlažování a nových teplovzdorných odrůd umožnil rozšíření oblastí vhodných pro pěstování směrem k rovníku. Jablka potřebují dostatečně studenou zimu, aby byl zajištěn vegetační klid, který je důležitý pro kvalitní úrodu, a také dlouhé teplé léto, které je zapotřebí pro zrání plodů (O'Rourke 2003).

5.3 Odrůdy

Celá tisíciletí jsou jablka šlechtěna a kultivována, aby splnila náročné požadavky nejen konečného konzumenta. Přestože existuje více než 7 000 odrůd, komerčně se využívá jen pár desítek. Dnešní doba vyžaduje kultivary, které musí splňovat náročné požadavky. Základem jsou plodné a výnosné jabloně produkující jednotně vypadající kvalitní plody, které zvládnou dlouhé skladování či přepravu a zároveň jsou resistantní vůči nemocem a škůdcům. Data sledující trh s jednotlivými odrůdami na celosvětové úrovni jsou velmi limitována. Na předních pozicích se v Evropě drží především Golden Delicious, Gala, Red Delicious, Jonagold či Idared (WAPA 2011). Každý rok vznikají odrůdy nové, a jelikož je poptávka poměrně konstantní, nové kultivary musí získávat své zákazníky na úkor těch

stávajících, mnoho lokálních a starších odrůd proto často zaniká. Jako příklad komerčního jablka, které se snaží získat své konzumenty na jedinečné vlastnosti, můžeme uvést příklad Arctic™ Apple. Tato odrůda je jedinečná tím, že u ní nedochází k hnědnutí po narušení svrchní slupky. Jedna z nejúspěšnějších značek je Pink Lady®, které se podařilo dosáhnout značného podílu na prodeji jablek zejména ve Velké Británii. Odrůdy se mohou stát i předmětem sporů či krádeží (viz rámeček 1).

Rámeček 1: Válka o Pacific Rose

„Toto jablko (Pacific Rose) mělo být všelékem na všechny nemoci našeho jablečného průmyslu. Na jeho vývoji jsme strávili dvacet let a vynaložili miliony dolarů. Nyní má naše zázračné jablko Chile a my se jej zoufale snažíme dostat zpět“ (Quaintance 1999, str. 48). Nový Zéland (NZ) se může udržet na lukrativních globálních trzích, pouze za předpokladu, že bude produkovat plody vysoké kvality a šlechtit nové odrůdy, jinak by mezi konkurencí dalších zemí jižní hemisféry neměl šanci uspět. Již dříve se NZ podařilo vyšlechtit celosvětově úspěšné odrůdy jako Braeburn či Royal Gala, které se i díky v té době nedostatečným patentním zákonům pěstují po celém světě. V roce 1992 uvedl na trh odrůdu Pacific Rose, která již byla řádně patentována s exkluzivním přístupem a jedinečnou kontrolou exportu skrze NZAPMB (New Zealand Apple and Pear Marketing Board). I přes veškerá zabezpečení však bylo v roce 1992 v Chile ve dvou regionech objeveno 65 000 stromků s touto odrůdou, což vyvolalo značné rozhořčení u NZ pěstitelů. Tyto stromky musely být zničeny, ale Chile nadále vlastní rouby pro použití v budoucnu. Doteď nikdo neví, jak se stromky do Chile dostaly, existují čtyři hypotézy: 1. rouby byly ukradeny Chilany při návštěvách soukromých sadů na Novém Zélandu; 2. NZAPMB se v Chile tajně pokoušelo zavést řízený pěstitelský program a prodat Chilská pěstební práva prominentní ovocnářské společnosti; 3. rouby byly ukradeny na severní polokouli; 4. někteří z Novozélandských pěstitelů prodali či dali rouby Chilským konkurentům aby zdiskreditovali a destabilizovali NZAPMB.

Zdroj: McKenna, Murray (2002)

5.4 Posklizňová úprava a skladování

Skladování, spolu s dalšími posklizňovými úpravami jako jsou třídění či balení, poskytují značný prostor pro inovace a často rozhodují o úspěšnosti na mezinárodním trhu.

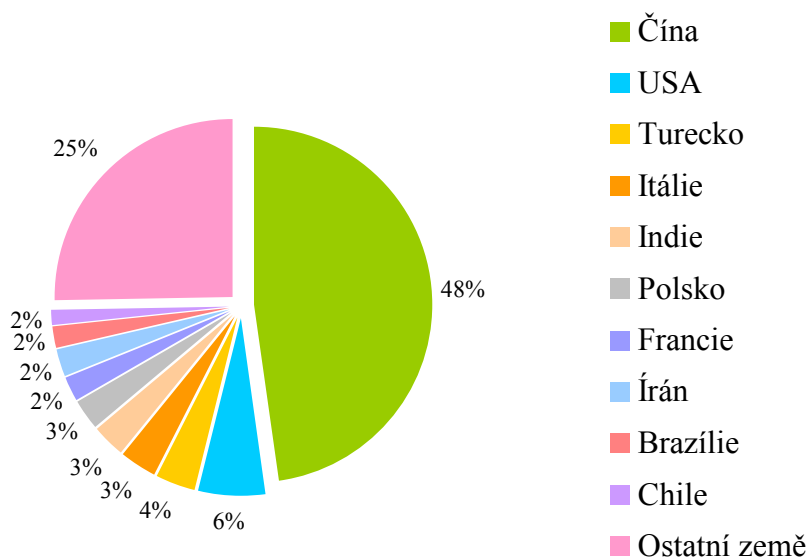
Současné moderní skladovací technologie dokáží ovoce uchovat po dobu 6 měsíců až jednoho roku bez většího úbytku na kvalitě. Obvykle celý proces probíhá následovně: nejprve se čerstvě sklizená jablka ponoří do vodní lázně a odstraní se defektní kusy, poté se do vody přidá chlór a mýdlo, které se následně smyje horkou vodou. Ovoce je čištěno kartáči a nakonec usušeno. Často je aplikován vosk pro zvýšení lesku a zadržení vlhkosti uvnitř jablka. Poté putují na páse skrz kamerový systém a jsou roztríděna dle velikosti, barvy a tvaru. Moderní linky dokáží odhalit i kusy, které jsou sice na povrchu v pořádku,

ale uvnitř jsou zhnědlé či nahnílé. Plody se roztrídí dle kvality na jablka, která se budou obchodovat čerstvá, a na jablka určená ke zpracování, poté jsou balena do pytlů či krabic (The Guardian 2003). Pokud jsou plody určeny pro brzkou spotřebu, tak se většinou uloží pouze do chladicího zařízení, či chladné místnosti. Potřebujeme-li však, aby zůstaly téměř nezměněny po dobu několika měsíců, máme na výběr z několika možností, jak je uskladnit. Jednou z nejstarších a stále rozšířenou metodou je skladování v tzv. řízené atmosféře (CA). Tento systém je založen na redukci procesu dýchání u čerstvých plodů, toho je dosahováno řízením environmentálních podmínek ve skladovacích prostorech. Nastavení jsou rozdílná pro každou odrůdu, ale běžně se koncentrace plynů pohybují do 4 % u kyslíku a 4–5 % oxidu uhličitého. Teplota je 1–3°C nad nulou a vlhkost okolo 90 %. Problémem u této metody je ve většině případů nedostatečná plynotěsnost chladírenské komory, zvláště pak podlahy (Ferree, Warrington 2003). V 80. letech se v Evropě začal zavádět tzv. ULO (Ultra Low Oxygen) systém. Při tomto způsobu se ještě snížil obsah kyslíku na 1–1,2 %, hlavní rozdíl oproti CA je v měřicí a regulační technice a v plynotěsnosti prostor. Jednou z nejnovějších technologií je metoda Smartfresh, jedná se o aplikaci 1-methylcyclopropenu, který dočasně zabrání vázání ethylenu na buněčné stěny a tím zabrzdí zrání plodu. Největšími výhodami je prodloužení životnosti plodů po vyskladnění o 3–4 týdny a možnost skladování při vyšších teplotách (OU 2010). Nutno podotknout, že neustálé prodlužování doby skladování značně konkuruje exportérům z jižní hemisféry.

5.5 Světová produkce a spotřeba

Jablka jsou druhým nejvíce produkováným ovocem na světě a na celkové produkci ovoce se v roce 2010 podílela přibližně 10 %. Pro komerční účely jsou pěstována ve více než 100 zemích světa. Celkem se v roce 2010 na světě vypěstovalo 69 miliónů tun jablek, což odpovídá zhruba 10 kg na osobu (FAO 2012). Výměra sadů stoupala převážně na začátku devadesátých let, kulminovala v roce 1995, kdy pěstování jablek zabíralo půdu o rozloze 6,3 milionu ha, poté docházelo k postupnému poklesu a za posledních deset let se ustálila kolem hodnoty 4,7 milionu hektarů (FAO 2012). Pokles rozlohy sadů při zvyšující se produkci značí zvyšování výnosnosti sadů. Nejčastěji se jablka pěstují pro čerstvou spotřebu, na zpracování putuje asi jen 10 % produkce (FAO 2012).

Graf 1: Světová produkce jablek v roce 2010 (%)



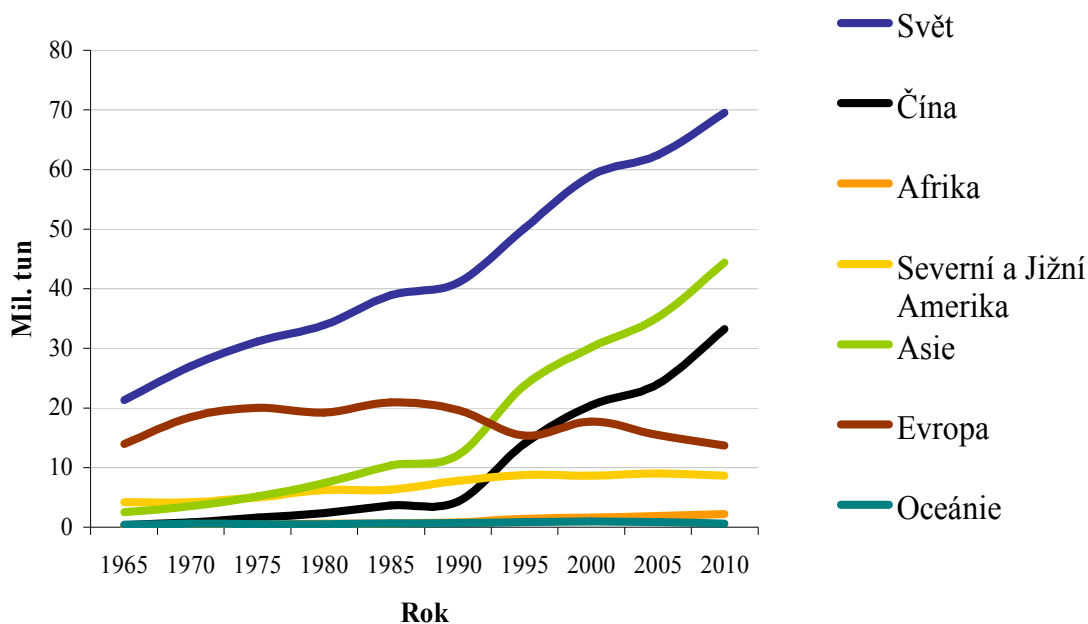
Zdroj: vlastní zpracování (data: FAO 2012)

Jak je patrné z grafu 1, téměř polovina z celosvětové produkce jablek byla v roce 2010 vypěstována v Číně. První desítka největších producentů pak zajišťuje dvě třetiny celkové produkce. Čína začala zvyšovat svůj podíl na celosvětové produkci přibližně od roku 1990, což můžeme pozorovat v grafu 2. Faktorů, které k tomu vedly, bylo samozřejmě více, mezi hlavní patřily ekonomické reformy z roku 1978, které se dotkly i zemědělství a také zvýšení poptávky spojené s nárůstem obyvatel. V roce 2009 bylo asi 60 % čínské produkce vypěstováno ve třech provinciích: Šen-si, Šan-tung a Che-nan (Scott, Liu, Bugang 2010). V grafu 2 je vidět trvalý nárůst celosvětové produkce, velkou měrou se na tomto nárůstu podílí Asie a především tedy již zmiňovaná Čína. Naopak pokles postihl Evropu, která byla poměrně dlouhou dobu na vedoucí pozici.

Druhým největším producentem po Číně je Evropská unie, EU je tradiční pěstitelskou oblastí a ročně vypěstuje kolem deseti milionů tun jablek. Nejvíce se jablka pěstují v Itálii, Polsku, Francii, Německu a Španělsku. Ze zemí mimo EU se pak nejvíce daří Rusku a Ukrajině (FAO 2012). Spojené státy americké vykazují stabilní hodnoty okolo 4,5 milionu tun, z toho velké procento pochází ze státu Washington (kolem 60 %). Klíčovou roli hrají státy jižní polokoule, jež mají klimatickou výhodu a mohou zásobovat země severní polokoule mimo jejich pěstitelskou sezónu. Šestice zemí Argentina, Austrálie, Brazílie, Chile, Jihoafrická republika a Nový Zéland se na celosvětové produkci podílí dohromady přibližně 7 %. (FAO 2012).

Celosvětová spotřeba jablek má dlouhodobě rostoucí tendenci. Nejvíce jablek se spotřebuje v Asii a Evropě. Největší spotřebu měla v roce 2009 Čína (22 milionů tun), následována Spojenými státy americkými a Ruskem, z evropských států je na první příčce Velká Británie (FAO 2012).

Graf 2: Vývoj produkce jablek ve vybraných oblastech mezi lety 1965–2010 (mil. tun)



Zdroj: vlastní zpracování (data: FAO 2012)

5.6 Faktory ovlivňující trh

Expanze globálního trhu s jablky souvisí s nabídkou a poptávkou, institucionálními a ekonomickými faktory a mezinárodními, národními a regionálními charakteristikami. Moderní technologie spolu s dalšími faktory (například růst populace, mezinárodní obchodní dohody, změny preferencí a rostoucím příjmy) hrály velkou roli ve změnách, které se odehrály na mezinárodních trzích. Tito činitelé umožnili částečně potlačit dřívější omezení, která se týkala polohy, klimatu či vegetačního období. Globalizace trhu a změny v organizaci na úrovni maloobchodů i velkoobchodů způsobily, že dnes si můžeme jablko koupit v průběhu celého roku a můžeme si vybírat z velkého počtu odrůd. Mezi faktory, které jsou specifické pro globální trh s jablky (dle McKenna, Murray 2002), patří:

- Pěstování a sklizení jablek je náročné na pracovní sílu – celosvětové produkci ovoce a jablek dominují malé rodinné podniky a počet dodavatelů je vysoký.

- U těchto menších pěstitelů je zapotřebí sdružení do marketingových subjektů, aby zvýšili svou tržní sílu.
- Čerstvé ovoce podléhá rychle zkáze, načasování prodeje, balení a konečné úpravy jsou rozhodující.
- Sortiment ovoce, který je nabízen na trzích vyspělých států, stále roste a to především díky efektivnější přepravě a technologiím skladování.
- Množství a zdroje dodávek se mohou sezónně měnit v závislosti na klimatických a biofyzikálních faktorech. Z tohoto důvodu se odhady produkce a objem vývozu mohou lišit, a pro maloobchodníky a dodavatele je náročné uzavírat smlouvy o dodávkách a cenách.
- Významná je i škála maloobchodních formátů, která zahrnuje například supermarkety, restaurace, pouliční stánky, samoobsluhy atd., ačkoliv konsolidace maloobchodního sektoru v devadesátých letech situaci trochu změnila.
- Relativně malá přidaná hodnota v globálním hodnotovém řetězci nejen snižuje možnost vytvoření spotřebitelských značek, ale díky tomu mohou také maloobchodníci snadno měnit dodavatele.

5.7 Světový obchod s jablky

Na globální trh s jablky se dostane asi jenom 10 % z celosvětové produkce, celková hodnota exportovaného zboží v roce 2009 činila 5 520 milionů dolarů (FAO 2012). Deset největších exportérů tvoří asi 80 % z celkového celosvětového vývozu (viz tabulka 4). Největším exportérem je Čína, která vyváží přes milion tun jablek, ovšem toto množství tvoří jen 4 % z její celkové produkce. USA pak exportuje 18 % své produkce a například Nový Zéland dokonce 85 %. Ve srovnání s rokem 2004 došlo k nárůstu exportu především v Polsku (o 90 %), USA (o 66 %) a Číně a celosvětově vývoz vzrostl o 20 % v množství a o 44 % v hodnotě (FAO 2012).

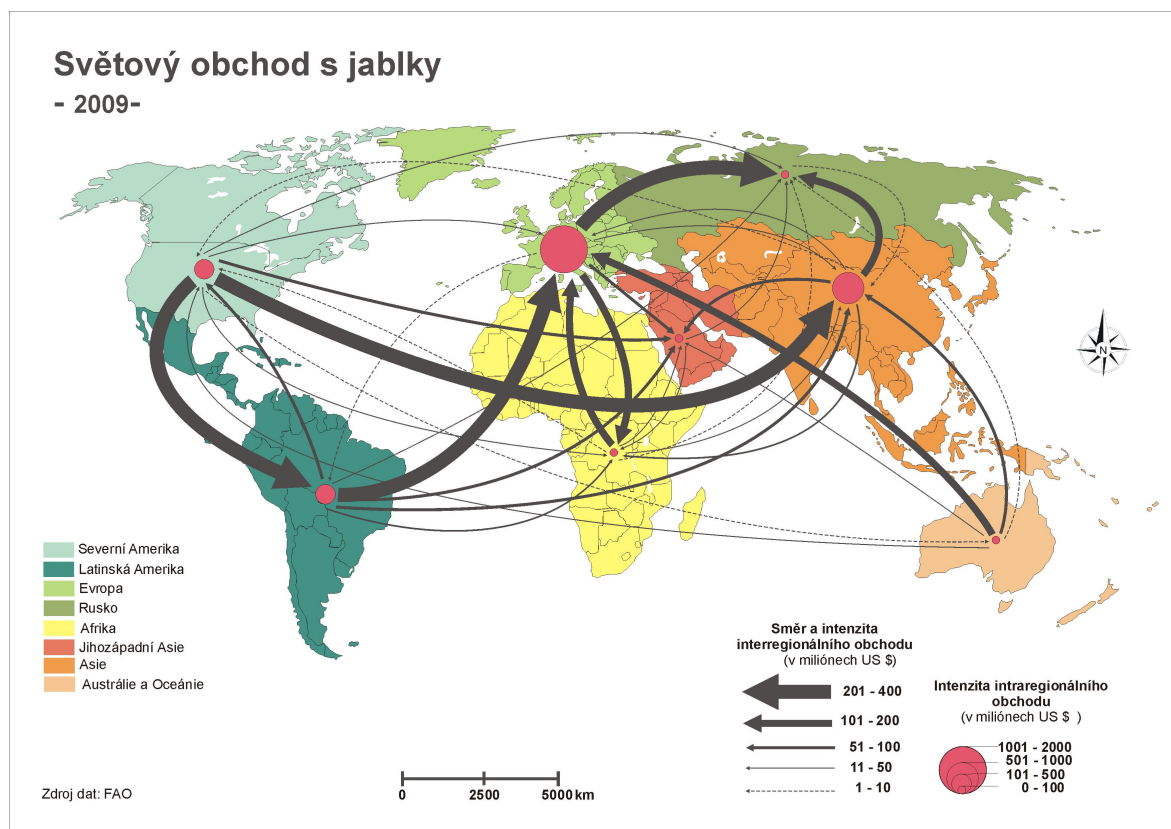
V roce 2010 bylo největším importérem Rusko s 1,2 miliony tun, následováno Německem a Velkou Británií. Rusko je zároveň jediným z velkých importérů zaznamenávající kontinuální růst (FAO 2012). Na obrázku 6 je znázorněn světový obchod s jablky v roce 2009. Regiony byly vymezeny na základě významných exportujících či importujících oblastí. Na obrázku je zachycen směr a intenzita meziregionálního obchodu a intenzita uvnitř jednotlivých regionů. Největší intra-regionální obchod probíhá v rámci Evropy (bez Ruska), kde dosáhly hodnoty 1 963 milionů USD. K nejvýznamnějšímu mezi-regionálnímu obchodu v roce 2009 docházelo mezi Evropou a Ruskem, kde hodnota

Tabulka 4: Deset největších exportérů jablek dle množství a hodnoty 2009

Pořadí (dle množství)	Země	Množství (1000 t)	Meziroční růst/pokles 2004/2009 (%)	Hodnota (mil. USD)	Meziroční růst/pokles 2004/2009 (%)
1	Čína	1 172	51	712	160
2	USA	816	66	762	99
3	Polsko	777	90	281	178
4	Itálie	733	35	667	54
5	Chile	679	-8	497	47
6	Francie	611	-3	590	3
7	Nizozemsko	407	5	356	20
8	JAR	339	11	234	29
9	Nový Zéland	303	-15	260	-17
10	Belgie	286	-15	203	-21
Největších 10 celkem		6 123	23	4 562	45
Svět celkem		7 757	21	5 520	44
Největších 10 celkem (%)		79 %		83 %	

Zdroj: Vlastní zpracování (data: FAO 2012)

Obrázek 6: Světový obchod s jableky v roce 2009



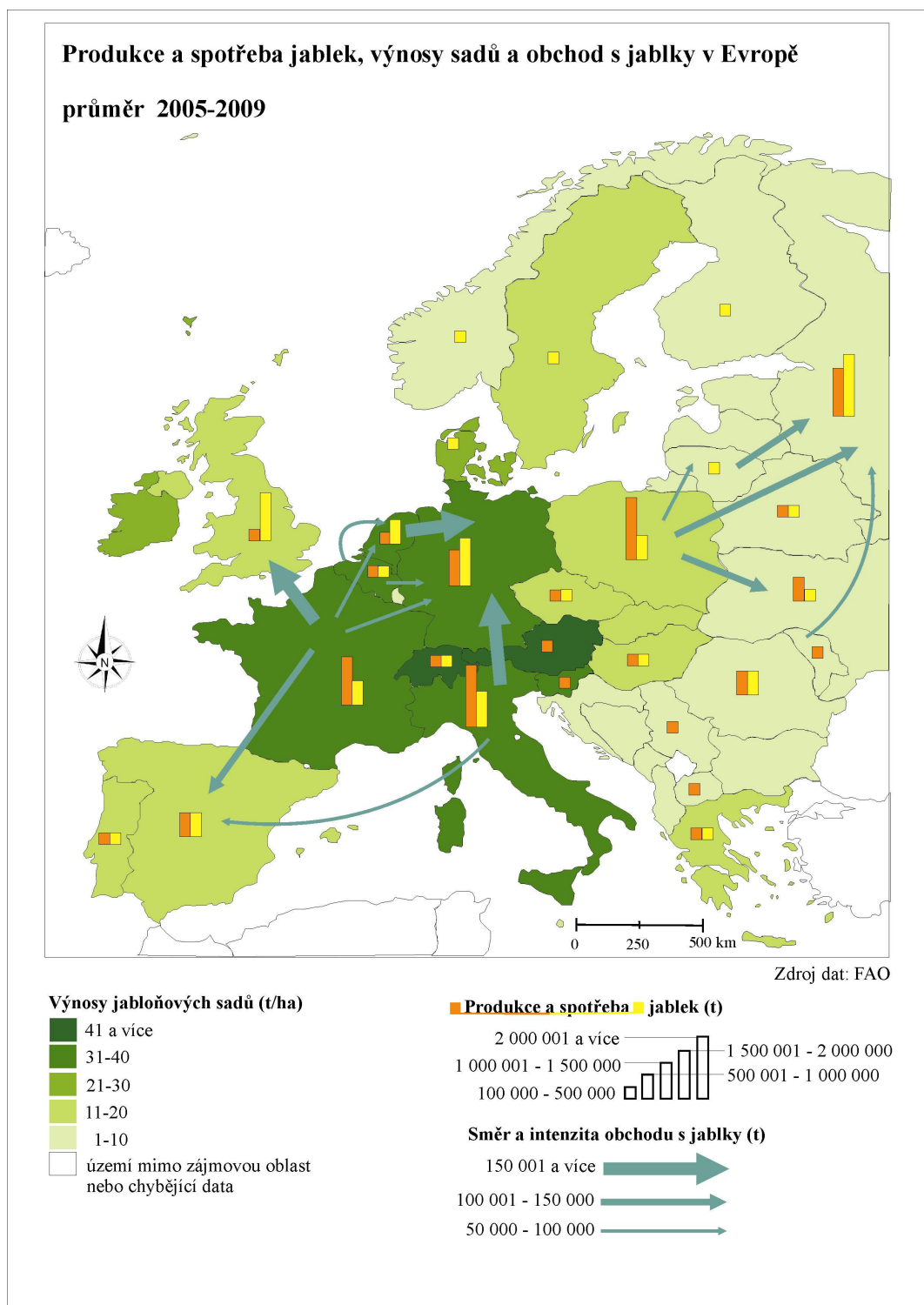
Zdroj: vlastní zpracování (data: FAO 2012)

činila 359 milionů USD. Dále bylo významné množství jablek exportováno z Latinské Ameriky do Evropy a také z USA do Latinské Ameriky (především vývoz do Mexika).

5.8 Situace v Evropě

V roce 2011 činila celková produkce jablek v Evropské unii 11 006 tisíc tun, z toho konzumní jablka představovala 83 % (EUROSTAT 2012). Průměrná produkce mezi lety 2001–2011 byla největší v Polsku, dále Itálii a Francii. Celková rozloha sadů, na nichž se jablka pěstují, je 518 tisíc hektarů (2011) a největší plocha je osázena v Polsku (EUROSTAT 2012). Na obrázku 7 je zobrazena produkce a spotřeba jablek, výnosy sadů a směr a intenzita obchodu s jablky v celé Evropě. Jelikož se hodnoty z jednotlivých let velmi liší dle aktuální úrody, byly použity průměry hodnot mezi lety 2005–2009. Z obrázku je například patrné to, že v rámci Evropské unie největších výnosů z hektaru dosahuje Rakousko. Nejvíce jablek se do Evropské unie dováží ze zemí jižní polokoule. V průměru let 2002–2010 jich bylo nejvíce dovezeno z Chile (194 tisíc tun), dalšími zeměmi v pořadí jsou Nový Zéland a Jihoafrická republika (Evropská komise 2012). Dovoz ze zemí jižní hemisféry začíná stoupat v únoru, kulminuje na přelomu května a června a k nulovým hodnotám se dostává v srpnu. Ze zemí mimo Evropskou unii nejvíce importují Velká Británie a Nizozemsko, ze zemí EU dováží jablka nejvíce Německo (dle průměru z let 2002–10). Nejvíce jablečného koncentráту se do Evropské unie dováží z Číny (Evropská komise 2012). Vývoz do zemí mimo EU směřuje v největším množství na východ do zemí Společenství nezávislých států, nejvíce pak do Ruska, kam bylo v roce 2011 vyvezeno 518 tisíc tun (42 % z celkového exportu EU) (Evropská komise 2012). Další oblastí, kam se produkce EU vyváží ve větším množství, jsou země severní Afriky. Největší množství jablek vyváží do zemí mimo EU Polsko. Exportu v rámci zemí Evropské unie vládne Itálie, na druhém místě je Francie a na třetím Nizozemsko (v průměru let 2002–10) (Evropská komise 2012). Výrobní ceny jablek se liší v závislosti na místě produkce, měsíci v roce a také dle odrůdy. V příloze 6 jsou uvedeny ceny výrobců ve vybraných zemích EU, z této tabulky je například patrné, že výrazně nízké jsou ceny v Polsku.

Obrázek 7: Produkce a spotřeba jablek, výnosy sadů a obchod s jablky v Evropě, průměr 2005–2009

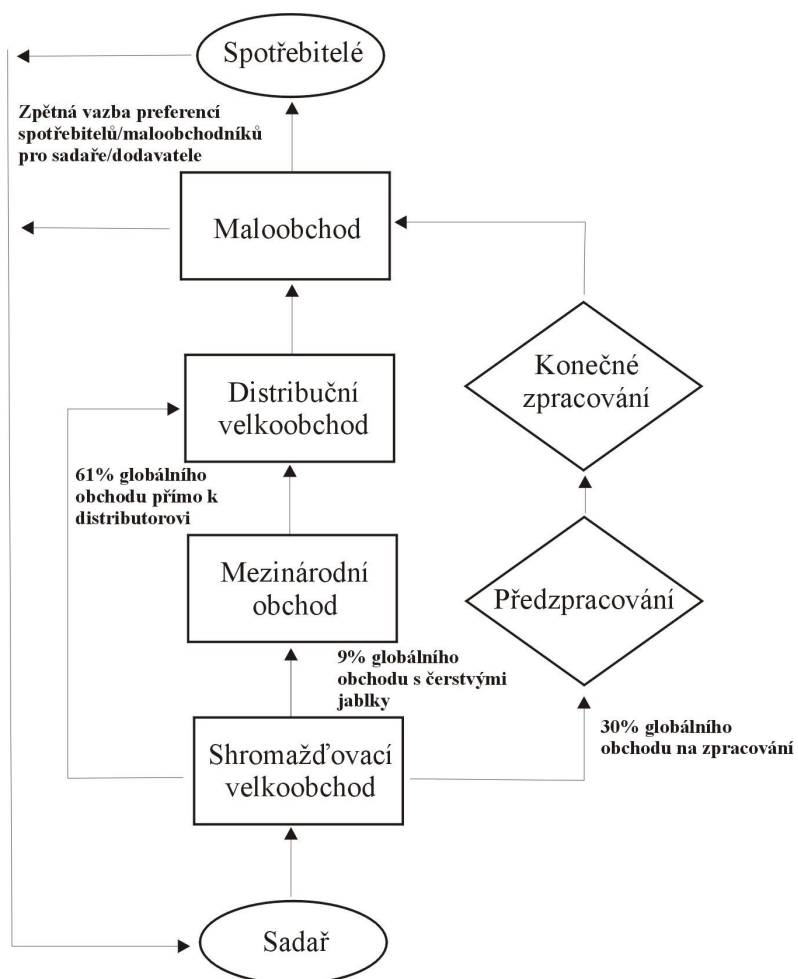


Zdroj: vlastní zpracování (data: FAO 2012)

5.9 Mezinárodní obchod s jablky

Obchody a dohody, které zahrnují a propojují více států, jsou stále častější. Například někteří z evropských importérů a velkoobchodníků investovali v Jihoafrické republice. Znatelný je i vliv Saudské Arábie v Argentině. Největší Čínská společnost exportující a balící jablka je ve vlastnictví singapurského podniku, v němž má svůj podíl i chilská společnost David Del Curto. Jedna z největších společností (Capespan) má dohodu o prodeji čínských jablek Fuji v Evropě. Společnost ENZA z Nového Zélandu investovala do zařízení v Chile a podniká společně s Chiquita Brands International (O'Rourke 2001). Strategie jednotlivých států a firem se proměňují. Před patnácti lety se tyto obchodní strategie jednotlivých zemí výrazně lišily, tato rozdílnost spočívala především v roli vlády, rozsahu dotací a roli soukromého sektoru. Jihoafrická republika a Nový Zéland měly monopoly kontrolující veškerý vývoz jablek. Evropská unie poskytovala vývozní subvence pro export do některých regionů. Spojené státy americké měly velké množství exportérů různých velikostí s velmi malým zapojením státu. Export jablek z Chile byl ovládán velkými nadnárodními společnostmi s téměř nulovou podporou či zapojením státu. Od té doby se hodně změnilo. Monopolní marketingová agentura v Jihoafrické republice Unifruco ztratila svůj mandát a nyní je soukromou společností vyvážející asi polovinu ovoce. Unifruco se spojilo se společností Outspan (dříve monopolní společnost na export citrusů) a vytvořili Capespan. Capespan poté utvořil joint venture s Fyffes, předním evropským nadnárodním podnikem obchodujícím s ovocem. The New Zealand Apple & Pear Board se v roce 2000 stala korporací vlastněnou pěstiteli s názvem ENZA Limited. Evropská unie redukovala protekcionistické vnější bariéry a zrušila dotace na export a zavedla podporu skrze organizace producentů. V Chile se po letech dohadování vláda s exportéry dohodla na společném financování nové marketingové kampaně. Chile si však stále zachovává zacílení spíše na levnou produkci, na rozdíl od Nového Zélandu, který se zaměřuje na prémiové produkty. V USA se mnoho nezávislých obchodníků, dopravců a balíren spojuje ve snaze konkurovat velkým nadnárodním společnostem (O'Rourke 2001). Na obrázku 8 jsou znázorněny hlavní komponenty globálního řetězce jablka.

Obrázek 8: Globální řetězec jablka



Zdroj: Mckenna, Murray (2002)

6 HODNOTOVÝ ŘETĚZEC JABLEK V ČESKU

Tato kapitola se věnuje analýze hodnotového řetězce českých jablek. Jeho jednotlivé segmenty jsou zde popisovány především na základě kvalitativního výzkumu, který byl proveden za účasti patnácti respondentů. Pro výběr deseti účastníků výzkumu z řad pěstitelů byla využita databáze členů Ovocnářské unie České republiky a byla snaha o to, aby ve vzorku byli zastoupeni jak velcí, střední, tak i menší producenti, protože každý z nich vstupuje do hodnotového řetězce trochu odlišně. V konečném výběru se nacházejí respondenti se sady s výměrou od 15 do 300 hektarů. Rozhovory byly realizovány s pěstiteli, jejichž seznam lze nalézt v příloze 1. Samotné analýze bude předcházet stručný pohled do historie i současnosti pěstování a obchodu s jableky v Česku.

6.1 Historie

Pěstování jablek se po Evropě šířilo relativně pomalu. Na našem území byly jabloně pěstovány nejprve pouze v klášterních zahradách a k většímu rozmachu došlo až za vlády Karla IV. Významným obdobím pak byl konec 16. století, kdy se za vlády Rudolfa II. rozvinulo i zpracovávání a obchod s jableky. Třicetiletá válka znamenala útlum pro české ovocnářství a k jeho obnově došlo až v 18. století, kdy se pěstování jabloní rozšířilo i na venkově. Nepříjemnou událostí byly velké mrazy v letech 1927 a 1929, které v tehdejší Československé republice zlikvidovaly 10 milionů ovocných stromů, což mělo vliv i na export produkce. Další, překvapivě spíše negativní, vliv na stav českého pěstitelství ovoce měl pád komunismu a následná privatizace, tímto byl narušen vztah mezi jednotlivými segmenty řetězce. Následky přetrvávají dodnes a nejvíce jsou patrné na stavu zpracovatelského průmyslu (MAS Podplipansko 2010).

6.2 Současnost

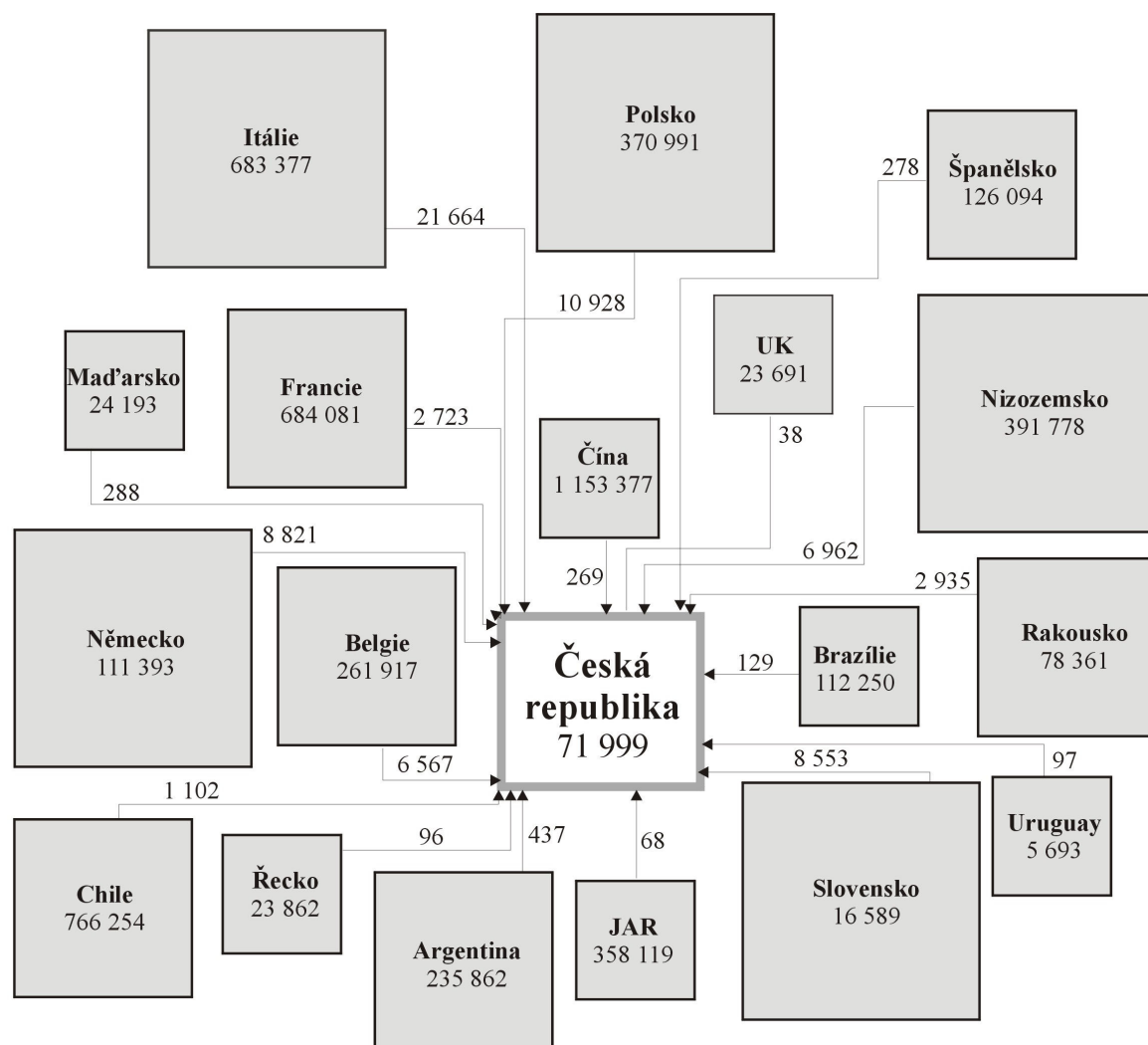
Spotřeba čerstvého ovoce v Česku se od roku 1992 do roku 2009 zvýšila o 30 %. V roce 2009 dosáhla spotřeba čerstvého ovoce na osobu maxima a činila 90,4 kg/rok (ČSÚ 2012). Nejvíce se spotřebuje ovoce mírného pásma, ačkoliv především po liberalizaci trhů čelilo silné konkurenci v podobě ovoce jižního. Nejvíce se u nás konzumují jablka, kterých se v roce 2010 spotřebovalo 22,5 kg/osoba/rok, na druhém místě jsou pomeranče a mandarinky a na třetím banány (ČSÚ 2012). V Česku se v současnosti pěstují jablka na 10,5 tisících hektarech sadů a na 11,8 milionech jabloní (bez domácností) (ČSÚ 2012). Nejvíce hektarů jabloňových sadů se nachází ve Středočeském, Ústeckém a

Jihomoravském kraji (viz příloha 7). Největší plochu z celkového množství zaobírají sady s hustotou 400–1 599 stromů na hektar, do této kategorie spadá 5 911 ha (ČSÚ 2012). Celková sklizeň závisí na počasí a úrodě daného roku, průměr v období 2005–2011 činil 121 727 t (ČSÚ 2012). Vedle produkčních sadů jsou na území Česka ještě sady extenzivní a zahrady, kde bylo například v roce 2011 vyprodukováno 74 289 t jablek, tato produkce je většinou využita pro samozásobení či na zpracování. Jedním z největších problémů současných sadů je stáří jejich stromů, kdy se v kategorii 25 let a více nachází téměř polovina současných výsadeb jabloní (4 463 ha) (ČSÚ 2012). Nicméně stát si je tohoto vědom a i díky dotacím stoupl počet stromků v kategorii 0–4 roky v průběhu pěti let o 700 ha. V roce 2012 byl celkový počet pěstitelů ovoce 2 388 (pěstitelé ovoce vedení v Zemědělském registru, kteří k 1. květnu 2012 obhospodařovali minimálně 0,2 ha ovocných sadů a jejichž produkce byla převážně nebo zcela určena pro trh) (ČSÚ 2012).

6.3 Zahraniční obchod s jablky

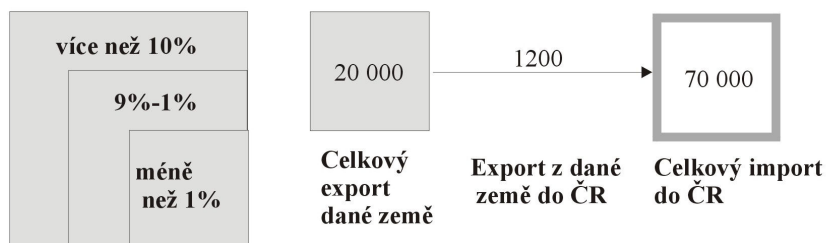
Česká republika není soběstačná a jablka musí dovážet. Bilance zahraničního obchodu je dlouhodobě vysoce pasivní (Buchtová 2012). Jablka jsou hned po banánech nejvíce dováženým ovocem, v roce 2012 činil dovoz čerstvých jablek do Česka (včetně jablek moštových) 82,1 tisíc tun (ČSÚ 2012a). Dovozy jablek do Česka je ovlivněn kvantitou a kvalitou naší produkce v daném roce. Mezi největší dodavatele z EU patří Polsko, Itálie, Slovensko, Německo či Nizozemsko, ze zemí mimo EU pak například Chile, Srbsko, JAR, či Argentina, dovoz z těchto zemí však představuje pouze zanedbatelnou část importu (viz graf 3). Struktura dovozu čerstvých jablek do Česka je každý rok odlišná a závisí na úrodě v daných zemích, ale i jiných faktorech. Záleží například i na tom, zda se otevře trh s Ruskem, pokud ne, dojde k zaplavení trhu polskými jablky. Dle respondentů výzkumu z řad pěstitelů i dle dat z ČSÚ se nejvíce z Česka vyvážejí jablka určená na zpracování, protože zpracovatelský průmysl, hlavně co se týká výroby moštu a koncentráту, je u nás ve velmi špatném stavu. Moštová jablka nejčastěji míří do Rakouska a Německa (ČSÚ 2012a). Struktura exportu jablek čerstvých a cílové země jejich vývozu v letech 2005–2012 jsou patrné z grafu 4.

Graf 3: Dovoz jablek z vybraných zemí do Česka v roce 2008 (t)



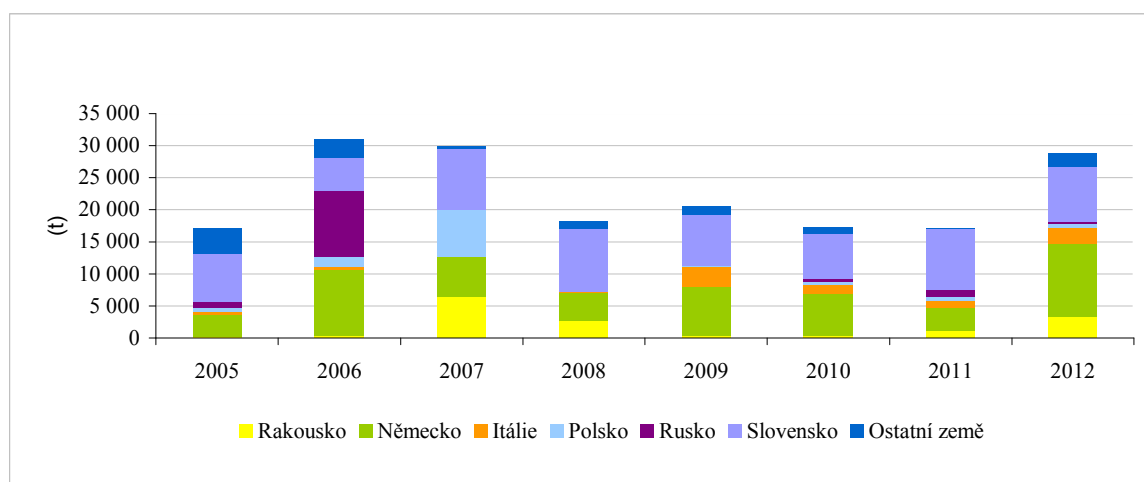
LEGENDA

Procentuální podíl na celkovém českém dovozu



Zdroj: vlastní zpracování (data: FAO 2012, ČSÚ 2012a)

Graf 4: Struktura exportu čerstvých jablek z Česka v letech 2005–2012 (t)



Zdroj: vlastní zpracování (data: ČSÚ 2012a)

6.4 Integrovaná produkce ovoce v Česku

Integrovaná produkce je ekonomická produkce ovoce vysoké kvality při uplatnění ekologicky přijatelných metod pěstování a minimalizaci nežádoucích vedlejších účinků agrochemikálií při jejich používání. Klade důraz na zvýšení ochrany životního prostředí. Jejím cílem je ochrana přírodního prostředí ovocného sadu a živých organismů, které se v něm vyskytují, neporušování ani škodlivé měnění nebo ničení složek prostředí ovocného sadu a zajištění druhové rozmanitosti přirozeně se vyskytujících nebo introdukovaných živočišných a rostlinných druhů v ovocných sadech a jejich blízkém okolí (Ovocnářská Unie 2012). V roce 1990 byl založen Svaz pro integrované systémy pěstování ovoce (SISPO) jako dobrovolné sdružení pěstitelů a zástupců výzkumu. Na začátku roku 2013 měl tento svaz 300 členů, kteří integrovaně pěstují ovoce na výměře téměř 10 800 ha. V roce 2011 byl tento svaz oceněn společností Business Leaders Forum nominací Managementu integrované produkce ovoce do evropského kola prestižní soutěže „Cena zdraví a bezpečného životního prostředí“ (Ovocnářská Unie 2012).

6.5 Ovocnářská Unie České republiky

Sdružování ovocnářů má v Česku poměrně dlouhou tradici, první celostátní seminář se konal v roce 1913 a první unie vznikla kolem roku 1920. Ovocnářská Unie České republiky (OU) je zájmové sdružení ovocnářů a školkařů všech typů podnikatelských subjektů. OU je tvořena pěti regionálními uniemi a Výzkumným a šlechtitelským ústavem ovocnářským v Holovousích. Tato unie byla založena v roce 1992 a sdružuje zhruba 500

členů, což je asi polovina ovocnářů, ale z hlediska plochy a produkce je to kolem tří čtvrtin. Členství v této unii přináší producentům hlavně přístup k informacím. OU se dále zabývá propagací ovocnářství či komunikací se státními orgány (Ludvík 2012).

6.6 Vstupy

Zde je možno zařadit prvky nezbytné pro výrobu, jako jsou ovocné stromky, agrochemikálie (herbicidy, pesticidy, fungicidy), hnojiva, zemědělskou techniku, závlahové systémy a například i protikroupové systémy. O dodávku ovocných stromků pro novou výsadbu se starají ovocné školky. V rámci Ovocnářské Unie ČR existuje Školkařský svaz, který byl založen v roce 1995 a mimo jiné se stará o podporu odbytu výpěstků do zahraničí. Na svých internetových stránkách svaz uvádí, že rozhodující oblastí v importu je dovoz podnoží a osiva pro ovocné kultury a že mezi hlavní obchodní partnery patří Holandsko, Německo, Francie, Itálie, Polsko a Slovensko (Školkařský svaz 2013). Do komerčních sadů se v současné době vysazují jabloně typu štíhlé větveno v celé odrůdové poptávkové škále, taková jablona má pak i ve věku 15 let stále průměr jako hokejka. Následný střih a zpracování jabloní se snaží najít kompromis mezi výškou stromu a kvalitou a kvantitou produkce. Oproti době minulé se do nových intenzivních sadů musí vejít daleko více jedinců. Zatímco ve starších výsadbách se nachází něco kolem tisíce stromků na hektar, v současnosti je trend hustých sponů, což znamená, že se v nejmodernějších českých sadech můžeme dostat až k číslu 3 600 jedinců na hektar. Nároky na jablona vzrostly také co se týče nástupu do plodnosti. Jablona začíná plodit už kolem 2. či 3. roku, ale zároveň má nižší životnost (kolem 15–20 let), což alespoň částečně umožňuje reagovat na změnu poptávky po odrůdách.

Když jsem se ovocnářů ptala, odkud pochází jejich stromky, tak 70 % z nich uvedlo, že z Česka a často i přímo z jejich regionu. České stromky volí nejčastěji proto, že jsou již aklimatizovány na zdejší podmínky. Ovšem původ podnoží a roubů u stromků nemusí být nutně český. Nicméně ve zbylých 30 % se nachází dva velmi významné a rozlehlé sady, jež dováží většinu stromků ze zahraničí, a to ze sousedního Slovenska. Někteří z producentů v minulosti experimentovali a dovezli si jablona například z Nizozemska, ale údajně trvalo dva roky, než se aklimatizovaly a začaly růst. Co se týká hnojiv, majorita dotázaných ovocnářů využívá českých zdrojů. Naopak co se týče chemie a postřiků, drtivá většina pochází ze zahraničí a je distribuována pomocí dealerů a českých distribučních firem. Výroba a prodej těchto agrochemikálií je nejčastěji v rukou velkých koncernů. V tomto sektoru dochází ke zvyšující se koncentraci. Lang (2003) udává, že

koncem 80. let se na devadesáti procentech globálních prodejů podílelo 20 společností. V roce 2002 pak tento počet poklesl na 7, mezi něž patří Sygenta, Aventis, Monsanto, BASF, Dow, Bayer a DuPont (Lang 2003, str. 560). V souvislosti s použitím některých hnojiv a přípravků na ochranu rostlin ovocnáři upozorňují na nerovné podmínky v rámci Evropské unie. V rámci EU neexistuje jednotný registr přípravků a firmy, které investovaly do výzkumu a vývoje těchto preparátů, nemají zájem o vstup na trh naší velikosti, neboť registrace nového přípravku je nákladná a může trvat 2–3 roky. Dalším problémem jsou dle respondentů odlišná omezení postřiků v rámci různých států. Producenti v Česku musí pěstovat jablka v režimu integrované produkce, který je omezuje nejen ve výběru druhu postřiku, ale i v množství a četnosti jeho aplikace a dodržování ochranných lhůt. V tomto ohledu bylo v rámci rozhovorů kritizováno Polsko, které používá postřiky, které jsou u nás již dávno zakázány. Paradoxní je, že jablko vypěstované za pomoci u nás zakázaných preparátů k nám může být dovezeno a prodáváno. Nutno dodat, že rezidua pesticidů na ovoci mají své maximální limity dané evropskou legislativou a k jejich překročení dochází zřídka. Mnou dotazovaní pěstitelé tímto však nechtějí kritizovat integrovanou produkci, protože většina z nich si myslí, že je to krok správným směrem. Spíše jim vadí, že je na ně vyvíjen tlak jak ze strany řetězců, tak státu na dodržování velkého množství pravidel, nařízení a zákonů o kvalitě, přičemž u dovezených jablek často nikoho nezajímá, jak byla vypěstována a jakými postřiky byla ošetřena. Taková jablka se pak sejdou na pultu jednoho supermarketu a ten rozdíl tam není nijak viditelný či označený. Nehledě na to, že díky postřikům dokáží některé státy pěstovat jablka s nižšími náklady a srážet tak ceny tuzemské produkce.

Interview obsahovalo také otázku na stav zemědělské techniky. Zde je nutno brát v potaz velikost a finanční možnosti podniku. Kromě jedné firmy všichni dotazovaní vlastnili kromě traktorů české firmy Zetor i speciální úzké sadařské stroje. Mezi nejvíce zastoupené zahraniční značky patřily: New Holland, Landini, Antonio Carraro či Fendt. K výrobě a vývoji těchto technologií nejčastěji dochází v tradičních a nejvýznamnějších sadařských zemích, jako je Itálie, Rakousko, Německo. Protikroupové sítě ještě v naší republice nejsou standardem, jen tři z respondentů je mají instalovány. Důvod, proč je nemají je jednoduchý, nedostatek financí. Někteří producenti uvedli, že se jim stále více vyplatí se proti kroupám pojistit, než investovat do těchto ochranných opatření.

6.7 Produkce

Tato část práce se bude zabývat produkcí jablek, tedy všemi procesy spojenými s jejich pěstováním a sklizní. Tento segment hodnotového řetězce jablek je velmi významný a utváří jej velké množství procesů a i proto tvořili většinu respondentů výzkumu právě producenti.

6.7.1 Pracovní síly

Ovocnářství je v rámci zemědělství jeden z nejnáročnějších oborů na pracovní síly. Každé jablko projde lidskýma rukama minimálně jednou při sběru a často také podruhé při třídění (viz obrázky 9 a 10) a balení. Práce v sadu je zapotřebí téměř celoročně, ale nejvíce pracovníků je potřeba v období sklizně a při stříhání stromků. Také záleží na tom, zda si firma ovoce i sama třídí a skladuje, popřípadě i balí či zpracovává, tam pak nároky na počet pracovníků ještě stoupají. Množství pracovních sil se odvíjí od velikosti sadu a intenzity produkce. Jeden z největších pěstitelů u nás, s celkovou rozlohou sadů kolem 300 ha (nejen jablek) s intenzivním režimem pěstování, uvedl, že zaměstnává něco mezi 70–75 stálých zaměstnanců a dle potřeby kolem 250 sezónních pracovníků. Jedna z otázek, které jsem pokládala v průběhu rozhovorů, se týkala pracovních sil a jejich struktury, přičemž mne hlavně zajímalo, zda jejich pracovní síla pochází z Česka nebo ze zahraničí. Dozvěděla jsem se, že stálí zaměstnanci jsou v drtivé většině Češi (až na nějaké drobné výjimky v podobě Slováků). Spektrum původu sezónních pracovníků je pak o něco širší. Všech deset respondentů najímá nebo v minulosti najímalo pracovní sílu ze zahraničí. Polovina dotazovaných využívá služeb agentury, tři mají zaměstnance pouze z Česka a zbývající dva pak pořádají vlastní nábor v zahraničí (blízkost hranic, nebo stáž pro studenty z Polska). Dochází však i ke kombinacím a v sadu se pak mohou potkat skupinky Čechů a zahraničních pracovníků z agentur i mimo ně. Při zaměstnávání českých občanů se nejvíce osvědčili čerství důchodci, ti údajně nejvíce pracují a jsou spolehliví. Možnost získání kvalitní pracovní síly z úřadů práce je dána i polohou sadu a vzdáleností od většího města. Setkala jsem se s oběma případy, kdy v jednom podniku nejdříve zaměstnávali pouze české občany, ale po neúspěchu přešli na agentury, tak i s případem, že při nespokojenosti se zahraničními pracovníky začali zaměstnávat Čechy. Je to tedy velmi individuální záležitost. Velmi často byli chváleni Ukrajinci a zároveň kritizován stát za to, že jim začal komplikovat udílení víz. Ovocnáři si stěžovali, že když už jsou z nich po třech letech zkušenější pracovníci, musí být vyměněni a vízum již nedostanou. V sadech nejčastěji pracují Bulhaři, Rumuni, Slováci a Ukrajinci, objeví se ale i Mongolové či

Vietnamci. Pan Loskot ze Sady CZ podotýká, že velmi záleží i na agentuře, jak se ke svým zaměstnancům chová. Pokud každý rok s agenturou jezdí jiní lidé, je to znamení, že ti předchozí tam nebyli spokojeni a agentura k nim nebyla čestná (Loskot 2013).

Obrázek 9: Česání jablek



Zdroj: vlastní

Obrázek 10: Třídění jablek



Zdroj: vlastní

6.7.2 Odrůdy

Stejně jako například oděvy, i jablka a jejich odrůdy podléhají módě. Adaptace na tyto trendy není u tohoto odvětví zemědělství nic jednoduchého a reakce na změnu poptávky může trvat třeba i pět let. Trend udávají a určují především obchodní řetězce, jakmile o určitou odrůdu přestanou mít zájem, stane se z ní odrůda mrtvá. To potkalo i kultovní české odrůdy jako Matčino, Čistěcké, Sudetská či Zvonkové. Dalším příkladem může být kanadská odrůda Spartan, která se dříve hojně vysazovala, a dnes je na ústupu. V Česku je hlavním problémem stáří sadů a tím i zastaralost odrůd. Jablka na starých výsadbách nedosahují požadované velikosti a kvality, tato jablka pak většinou putují na zpracování. Stejně jako v celé Evropě i u nás je na prvním místě v českých sadech zastoupen Golden Delicious následován odrůdou Idared (ČSÚ 2012). Základem úspěšnosti odrůd je vysoký výnos, atraktivní chuť a zbarvení, velikost plodů, nejlépe i resistantnost proti strupovitosti či dalším chorobám, možnost dlouhodobého uskladnění, dobrá snášenlivost převozu a změn teplot a odolnost slupky proti mechanickému poškození při

manipulaci. Velikost plodů je velmi důležitá, aby se jablko prodalo za nějakou lepší cenu, musí být jeho průměr minimálně 75 mm, přitom dříve byla jablka běžně prodejná i při velikosti 60–70 mm. Při rozměrech 85 mm a více jeho prodejnost naopak klesá.

Při dotazu na problémy českého ovocnářství byla problematika zastaralosti odrůd zmíněna několikrát, například pan Fišer ze ZD Dolany říká, že největší slabinou pro české ovocnáře je právě lpění ovocnářů na českých odrůdách, které jsou v obchodních řetězcích těžce prodejné. Ovocnáři by se podle něj měli přizpůsobit diktátu těchto obchodních řetězců, které rozlišují mezi žlutým a červeným jablkem, maximálně velkým a malým (Fišer 2012). Pan Richard Schwarz podotýká, že řetězce chtějí mít stejné zboží ve Vídni i v Rokycanech, takže požadují odrůdy evropsky známé, jimž se však v Česku z velké části nedaří, takže konkurenceschopnost se tímto snižuje (Schwarz 2013). Dalším ovocnáři častěji zmiňovaným problémem je zahraniční vlastnictví řetězců, kdy zvláště při větší úrodě v Evropě dochází ke zvýhodňování produkce ze země původu supermarketu.

6.7.3 Produkce na zpracování

Produkci pro zpracovatelský průmysl můžeme rozdělit na dvě základní kategorie, a to na produkci pro výrobu dětské výživy a ostatní (výroba moštů, džusů, zavařenin, džemů, jablečných destilátů, koncentrátu atp.). Rozdíl mezi těmito dvěma kategoriemi je v kvalitě jablek, které firmy pro své výrobky využívají. Zatímco za účelem produkce pro dětskou výživu musí být speciálně vyčleněny sady a musí se dodržovat striktní pravidla pro postřiky, tak pro ostatní zpracování se využívají jablka, která nejsou vhodná pro prodej na konzum (nestandardní velikost, přezrálé plody, plody poškozené mrazem či kroupami či již předtřídněné při sklizni). Vzhledem ke špatnému stavu zpracovatelského průmyslu v Česku se většina průmyslových jablek vozí do zahraničí. V roce 2012 se do Německa vyvezlo 43 810 t a do Rakouska 33 513 t moštových jablek (ČSÚ 2012a).

6.7.4 Produkce na dětskou výživu

Jablka určená pro výrobu dětské výživy se liší především množstvím reziduí, která mohou obsahovat. Dle nařízení Evropské komise toto množství nesmí překročit hodnotu 0,01 mg/kg produktu pro každou účinnou látku. Pro pěstitele to v praxi znamená, že musí ve svých sadech uplatňovat specializovanou technologii chemické ochrany, tudíž používat rychle degradující pesticidy a volit vhodné termíny jejich aplikace. Spotřebu pesticidů je možno také omezit zavedením odrůd odolných nebo rezistentních k chorobám a škůdcům (Lánský a kol. 2009). Musí se uplatňovat přísná opatření nejen při pěstování, ale i při

následném třídění, skladování a expedici. Vidíme zde příklad společnosti, která přísně kontroluje svůj dodavatelský řetězec. Určuje, co má pěstitel pěstovat (vhodné odrůdy: Golden Delicious, Idared, Jonagold, Šampion), kdy a jaké postřiky použít, ale třeba i z jakých lahví musí pít česači. Základním požadavkem je dohledatelnost, musí se vést záznamy o tom, kdo jablka česal, ve které části sadu, který den, v jaké šarži odcházela do skladu, v jaké ze skladu a kdy odcházela na výrobní linku. Velkou výhodou pro pěstitelé produkující v tomto režimu je uzavření smluv o kvalitě, objemu a ceně již na jaře. Producenti mají zajištěn odbyt a příznivou cenu, čehož při prodeji kamkoliv jinam nedocílí. Zároveň však mají ve smlouvě, že za nezávadnost zodpovídají až k hotovému výrobku a kdyby v produktu byly nalezeny některé nežádoucí látky v nadlimitním množství, tak musí uhradit všechny vzniklé škody. Nutno podotknout, že takový nález by byl pro firmu likvidační, nemohou si dovolit žádné pochybení.

Ze zástupců zpracovatelského průmyslu jsem oslovila společnost NUTRICIA DEVA a.s., která je součástí Danone Group a je specialistou na výrobu ovocné výživy a se svými výrobky zaujímá vedoucí postavení na trhu. Jejich výrobky jsou vyváženy převážně do zahraničí, v Česku zůstane asi 1 %. Portfolio Manager pro ovoce této společnosti, pan Ing. Pavel Hejzlar, Ph.D. mi poskytl více informací k tomuto tématu. Tato firma má dodavatele ve čtyřech regionech v Česku (v současnosti spolupracují převážně odbytovými družstvy) a ve dvou regionech v zahraničí (Polsko, Itálie). Celkem společnost spolupracuje s osmi ovocnářskými podniky. Jablka z Česka tvoří zhruba 80 % z celkových dodávek. Pan Hejzlar tvrdí, že vychovat spolehlivého dodavatele trvá asi tři roky. Zdůrazňuje důležitost dobrých a přátelských vztahů s dodavateli, které jsou založeny na dlouhodobé spolupráci. Také musí probíhat pravidelné kontroly, před začátkem sezóny (aby se dohodl režim postřiků), během sezóny a v období sklizně. Společnost, respektive pan Hejzlar, však může poskytovat pouze doporučení, za výsledky pak zodpovídá producent. Producenti musí svou úrodu nechat otestovat v laboratořích, které vybere firma (Itálie, Německo) a v případě kdyby se ukázalo nějaké nadlimitní množství, obchod se neuskuteční. Vzhledem k tomu, že se jedná o výrobek určený pro nejzranitelnější část populace, je tento segment trhu kontrolován velmi přísnou legislativou. Ve srovnání s biopotravinami pan Hejzlar preferuje výrobky dětské výživy z důvodu kontroly celého dodavatelského řetězce a přesně stanovených a kontrolovaných kontaminantů. Respondent rovněž upozorňuje na možný potenciál bez-reziduálních plodů (Hejzlar 2012).

6.8 Posklizňové úpravy a skladování

V rámci ovocných sadů existuje velká rozmanitost ve vykonávání posklizňových úprav a skladování. Někteří producenti jablka pouze vypěstují a okamžitě je prodají do velkoobchodu, či odvezou na pracoviště odbytového družstva, jiní i skladují a třídí, případně svou produkci pro odběratele i balí. Jablka se sklízí podle skladovací zralosti, která s tou chuťovou zralostí nemá nic společného. Jablka se češou do velkých dřevěných či plastových beden, v nichž jsou pak i skladována. Plody určené ke zpracování na mošt či koncentrát se většinou bez třídění naloží na kamion a odvezou do zahraničí. Se současnou výkupní cenou průmyslových jablek, která se pohybuje kolem tří korun, jsou ovocnáři víceméně spokojeni, protože pamatují i dobu, kdy se tato jablka vykupovala za korunu. Záleží i na vzdálenosti sadu vůči rakouským či německým hranicím, která určuje cenu dopravy. Výhodnější variantou je vlastnictví moštárny, kdy si sady svá průmyslová jablka samy zpracovávají. Čtyři respondenti svá průmyslová jablka tímto způsobem zpracovávají. Mošt odbytového družstva Bohemia Apple můžeme vidět i na pultech supermarketů, ostatní své výrobky prodávají skrze farmářské trhy, nebo ve vlastních prodejnách. V případě plodů určených pro zpracování na dětskou výživu se jablka sklízí výhradně do plastových beden, následně se třídí, skladují a poté jsou dopravena na místo určení. Po sklizni konzumních jablek následuje třídění, v menších firmách toto obstará pár důchodkyň, v těch větších už je zapotřebí třídící linka, popřípadě nějaké další pracoviště, které třídění zajistí. V současné době existují velmi moderní třídící linky, které odhalí i skryté vady. Celý proces vypadá následovně: přijede velká paleta, dá se do zakladače a ten ponoří jablka do vody, ta vyplavou a jedou přibližovacím kanálem, kde je posléze nabere přepravník, který je navede k nejdůležitější části třídící linky, tou je skříň s počítačem, který jablka snímkuje a třídí dle velikosti a barvy do přepravek, na konci je váha a balicí stůl. Na rozdíl od procesu popisovaného v kapitole 5.4, se jablka v Česku omývají pouze čistou vodou bez přídavku chlóru a na závěr se nevoskují. Proces třídění je zobrazen na obrázcích 10, 11, 12. Roztříděné ovoce se poté rovnou zabalí, nebo putuje do skladu. Jablka se skladují buď ve skladu chlazeném, nebo ve skladech ULO (Ultra Low Oxygen). Sklady ULO jsou již běžnou součástí větších sadů a uskladněná jablka v nich mohou vydržet až jeden rok. Princip ULO boxu funguje na snížení teploty a hodnot O_2 a CO_2 . I při tomto způsobu skladování však při nesprávném naskladnění může docházet ke ztrátám i v řádech desítek procent. Objevují se i nové skladovací techniky, například v ZD Dolany zavedli skladování v ozonu, který je přírodním sterilizátorem a potlačuje hniloby a plísň. Jednou z nejnovějších je technologie Smartfresh, která potlačuje účinky přirozeně

vznikajícího etylénu, který je zodpovědný za jejich zrání, aplikací 1-metacyklopropenu (OU 2010). Balení probíhá dle požadavků odběratele. Někteří z větších producentů si dokázali vyjednat u obchodních řetězců dodávání jablek v obalech pod vlastní značkou, to je však spíše výjimka. Standardně mezi odběrateli a ovocnáři kolují vratné obaly. Jablka se samozřejmě také balí do různých sáčků, či krabic s proložkami v případě nejkvalitnějších plodů.

Obrázek 11: Třídění jablek



Zdroj: vlastní

Obrázek 12: Třídění jablek



Zdroj: vlastní

Balení produkce pro obchodní řetězce a požadavky těchto supermarketů na obaly byly při interview s ovocnáři častým tématem hovoru a kritiky. Například pan Bobek z podniku Pomona Těšetice, který do supermarketů dodává, poukazuje na zbytečné náklady, které jsou spojeny se skládacími přepravkami Euro Pool System. Nejprve je nutné pro složené a umyté přepravky přijet a pronajmout si je. Náklady na jednu přepravku (při započítání cesty a nájemného) jsou 14,40 Kč. Do jedné přepravky se vejde 6 kg jablek, to znamená 2,50 Kč vedlejších nákladů na jeden kilogram. Dále je zapotřebí proložka a někteří odběratelé vyžadují také aplikaci štítku (viz obrázky 13 a 14). Přístroj na aplikaci štítků není prodejní a musí se pronajímat z Velké Británie přibližně za 1000 £. Náklady se tímto zvedají na 3,20 Kč/kg. Posléze se ovoce musí odvézt 250 km do centrálního skladu v Praze, což představuje další vedlejší náklad. Na konci tohoto procesu vzniknou vedlejší náklady ve výši 5 Kč, a to se ještě nic neprodalo. Při systému vratných beden byly tyto náklady zanedbatelné (Bobek 2013). Další z ovocnářů vysvětluje, že vše je řízeno obchodním řetězcem z centrály a o obalech nerozhoduje ani hlavní nákupčí supermarketu.

Říká, že supermarkety jim nejsou schopny dva měsíce dopředu říci, zda se budou obaly měnit nebo ne. Ovocnáři jsou povinni obaly si nakoupit dopředu a pokud ke změně dojde, nikoho nezajímá, že jim zůstane plný sklad nepotřebných obalů.

Obrázek 13: Aplikace štítků na jablka



Zdroj: vlastní

Obrázek 14: Aplikace štítků na jablka



Zdroj: vlastní

6.9 Standardy

Trendem v agrobyznysu je rostoucí důležitost norem, a to hlavně těch privátních, jak už bylo řečeno v kapitole 4.5.1 a nejinak tomu je i u nás v Česku. Jedním z nejčastějších certifikátů, se kterým jsem se ve svém výzkumu setkala, byl certifikát SISPO (Svaz pro integrované systémy pěstování ovoce), který držitele opravňuje k používání ochranné známky SISPO. Toto osvědčení měly všechny mnou navštívené subjekty a celkem má tento certifikát 122 pěstitelů jablek v Česku (SISPO 2012). Tato známka je určena pro české producenty a členství je dobrovolné. Ochrannou známku lze udělit po uplynutí tříletého přechodného období, během kterého čekatel převede svoji technologii na integrovaný způsob pěstování (SISPO 2012). Jednou z výhod členství je i možnost čerpání dotací. SISPO je dle respondentů důležité mít hlavně kvůli velkoodběratelům, kteří ho vyžadují, ale také aby mohli dodávat ovoce do škol, školek a jídelen. Na dotaz, zda pro ně bylo náročné zavést tato opatření, odpovídali pěstitelé velmi obdobně. Připouštějí, že jsou nuceni dělat věci, které by běžně nedělali, ale shodují se, že je to spíše záležitost evidence. Také dodávají, že velkou část podmínek splňovali i před zavedením integrované produkce a navíc spoustu úkonů musí splňovat i v rámci dalších certifikátů. Pro menší pěstitele by

mohl být problém získat ochrannou známku hlavně z důvodu finančního, například jedna z povinností je vlastnit meteorologickou stanici, jejíž cena se pohybuje v desetitisících. Další v pořadí četnosti byly normy HACCP, GLOBALG.A.P. (dříve EurepGAP) a ISO (9001, 22000). Celkem čtyři ze zkoumaných respondentů měli jeden, dva nebo všechny tři z těchto standardů. Certifikáty často vlastní pouze odbytová družstva na skladování, třídění a expedici, samotné sady a pěstitelé pak těmito certifikáty oplývají v menším rozsahu. Nejméně byl zastoupen certifikát FSSC a Klasa. Na jablka mělo v mém výzkumu certifikát Klasa uděleno pouze odbytové družstvo CZ FRUIT.

6.10 Institucionální kontext

6.10.1 Dotace

Dotační zdroje v Česku můžeme rozdělit na dvě základní skupiny podle zdroje finančních prostředků. Prvním zdrojem jsou evropské dotační programy (většinou kofinancované ze státního rozpočtu ČR), tyto dotace jsou doplněny národními dotačními programy. Evropské dotační programy spolu s národními doplňkovými platbami vyplácí Státní zemědělský intervenční fond (SZIF) (MZe 2013). Významné částky z Evropské unie plynou skrze organizace producentů (OP) a seskupení producentů (SP). K 11. 1. 2013 byly evidovány 4 SP a 8 OP produkujících ovoce. V rámci společné organizace trhů je seskupení producentů předstupeň organizace producentů. Podmínkou pro vznik těchto uskupení je sdružení minimálně pěti prvovýrobců, kteří pěstují ovoce či zeleninu. Cílem je koncentrace nabídky produktů tržní spotřeby v požadované struktuře, jakosti a termínech dodávek. Seskupení producentů může fungovat maximálně pět let a plní plány dosažení uznání a poté se musí stát organizací producentů (v opačném případě by museli vrátet dotace) (Bártová 2012). Organizace producentů plní operační programy, tyto programy si plánují na 3–5 let. Operační programy jsou v souladu s nařízením Rady, Komise (EU), vlády a Vnitrostátní strategií České republiky. Existuje celkem šest opatření a sedmé jsou administrativní náklady (Buchtová, Dobiáš 2008). V případě OP se podpora poskytuje proti fakturám a vypočítává se na základě obchodované produkce, organizace mohou obdržet 4,1–4,6 % z tržby (při tržbě 10 milionů by dostali kolem 400 000 Kč dotaci). U velkého odbytového družstva, jako je například CZ FRUIT, které má 38 členů, může být výše této dotace i kolem 15–20 milionů (Bártová 2012). Vícero pěstitelů uvedlo, že jim v rozvoji pomohl program SAPARD, jenž byl jedním z před-vstupních nástrojů Evropské unie. Tento program jim například pomohl s výstavbou skladů ULO. Dalším zdrojem financí jsou dotace v rámci os Programu rozvoje venkova České republiky na období

2007–2013 (PRV). PRV vychází z Národního strategického plánu rozvoje venkova. Byl zpracován v souladu s nařízením Rady (ES) č. 1698/2005 a prováděcími pravidly uvedené normy (SZIF 2012). V rámci dotací z tohoto programu je pro ovocnáře významná Osa I – Zlepšení konkurenceschopnosti zemědělství a lesnictví, také Osa II – Zlepšování životního prostředí a krajiny, konkrétně Agroenvironmentální opatření, podopatření A: Postupy šetrné k životnímu prostředí, Titul A2: Integrovaná produkce. Tato podpora činí pro ovocnáře 435 €/ha (MZe 2012). Někteří z respondentů mají zkušenosti s projekty z Osy IV – LEADER, které se uskutečňují prostřednictvím místních akčních skupin (MAS). Například MAS Podlipansko uskutečnila projekt na výstavbu Středočeské ovocné stezky a v rámci tohoto projektu byla zrekonstruována ubytovna pro sezónní pracovníky v ZD Podlipan, která může být mimo sezónu využita k přenocování turistů. Pan Ing. Demo z tohoto zemědělského družstva poukazuje na velkou administrativní náročnost ve srovnání s jinými dotacemi. Mezi základní dotace, které čerpali všichni účastníci výzkumu, patří Jednotná platba na plochu (SAPS), jejímž cílem je zajistit zemědělcům stabilnější příjmy. Česká republika jako nově přistupující člen v roce 2004 nezískala podporu v plné výši, plné výše by mělo být dosaženo v roce 2013. V průběhu let 2004 (kdy se začínalo na 25 %)–2013 je umožněno členským státům tyto přímé podpory dorovnávat z vlastních zdrojů (tzv. doplňkové platby k přímým podporám) o 30 % unijní sazby, maximálně však do 100 % unijní sazby. V roce 2012 byla podpora na 90 % unijního průměru a činila 5 387,30 Kč Kč/ha (Buchtová 2012). Dotace z čistě národních zdrojů jsou také hojně využívány, například Podpora vybudování kapkové závlahy v ovocných sadech, chmelnicích, vinicích a ve školkách, Podpora restrukturalizace ovocných sadů (většinou se používá na výsadbu). Dalším zdrojem dotací jsou Programy podpory Podpůrného a garančního rolnického a lesnického fondu, a.s. (PGRLF). Podpůrný a garanční rolnický a lesnický fond je jedním ze základních pilířů dotační politiky Ministerstva zemědělství. Podpory jsou zaměřeny zejména na realizaci dlouhodobých investičních záměrů s ohledem na restrukturalizaci a zvýšení efektivnosti, modernizaci, snížení výrobních nákladů, zlepšení jakosti a další rozvoj zemědělských subjektů (Mze 2013a). Hlavním předmětem činnosti PGRLF je v současné době subvencování části úroku z úvěru podnikatelských subjektů v oblasti zemědělství, lesnictví, vodního hospodářství a průmyslu zabývajícího se zpracováním produkce ze zemědělské výroby a finanční podpora pojištění (PGRLF 2012). V této kapitole jsou vypsané jen ty nejzásadnější dotační programy, pro bližší informace doporučuji navštívit

stránky Ministerstva zemědělství ČR, SZIF nebo nahlédnout do Situační a výhledové zprávy pro ovoce 2012.

Dotace hrají v podnikání pěstitelů ovoce velkou roli. Toto odvětví je velmi rizikové a nákladné na investice. K největším rizikům patří mráz a kroupy, tyto přírodní prvky mohou zničit celou úrodu během krátké chvíle. Několik producentů podotklo, že bez této finanční pomoci by se ovocnáři nemohli dostat do plusových čísel. Jeden z největších ovocnářů přiznává, že za posledních deset let jeho společnost na ovocnářství nevydělávala a v loňském roce skončili devět milionů v mínusu. Podobně skončil i jeden z větších podniků na Moravě, kdy jim zmrzla většina úrody, a skončili s desetimilionovým mínusem. Důležité je i pojištění, některým podnikům se stále více vyplatí se pojistit, než investovat velké částky do protikroupových sítí. Velmi záleží na struktuře podniku. Pokud se jedná o velké zemědělské družstvo, které má například i živočišnou a polní výrobu, musí si velmi dobře rozmyslet, na co budou žádat dotace (často jsou v rámci jednoho dotačního programu) a ovocnářství většinou nebývá prioritou číslo jedna. Při dotazech na složitost a komplikovanost při žádání o dotace jsem nedostala jednoznačnou odpověď. Většina podniků má za tímto účelem zaměstnance, který se této problematice věnuje. Při náročnějších projektech si často najímají externí firmy, které jim projekty vypracují. Mezi administrativně méně náročné by se daly zařadit dotace na závlahový systém, výsadbu, SAPS či integrovanou ochranu.

Při rozhovorech došlo i na kritiku dotací. Zejména byly kritizovány náročné podmínky a nastavení některých subvencí. Velká vlna kritiky se snesla na finanční podporu bio ovoce a ekologických sadů. Aniž by byl vznesen dotaz na toto téma, spontánně o něm začalo hovořit šest respondentů. Ovocnáři připouští, že existuje malá skupina ovocnářů, kteří v režimu ekologického zemědělství pěstují a prodávají svou bio produkci poctivě. Za většinou ekologických sadů však vidí snahu se obohatit. Dotace totiž nejsou nijak limitovány produkcí a tento ekologický sad nemusí nic vyprodukovat či uvést na trh. Takže pokud někdo vlastní starý ovocný sad, splní určité podmínky (stříh stromů či oplocení proti okusu zvířat) a pak ho nechá ležet ladem bez jakékoliv produkce, stejně má právo inkasovat peníze. Dotace jsou vyšší než u integrované produkce, při intenzivní produkci to je 849 €/ha a při neintenzivní produkci 510 €/ha (MZe 2012). Celkem se v Česku v roce 2010 nacházelo 3 815 ha ekologicky obhospodařovaných ovocných sadů (Agrocensus 2010). Bio produkce českého původu opravdu není na pultech supermarketů tolik viditelná, může to však být způsobeno odlišnými distribučními kanály u těchto komodit.

6.10.2 Projekt Ovoce do škol

Základním cílem tohoto projektu je podpora zdravé výživy a zvýšení spotřeby ovoce a zeleniny. Do projektu jsou zapojeni žáci prvních až pátých ročníků základních škol, kteří dostávají ovoce a zeleninu zdarma (SZIF 2012a). Ve školním roce 2011/2012 se projektu zúčastnilo 3 243 škol s počtem 387 176 žáků (85,1 % z cílové skupiny) a celkový roční limit na jednoho žáka byl v tomto roce stanoven na 234 Kč (Buchtová 2012). Tento systém má tři úrovně, první úrovní je škola, druhou je distributor, který dováží ovoce do škol a třetí je žadatel, který řídí činnost distributorů a který žádá o dotace. Tento projekt je z 73 % financován z EU a 27 % pochází z národního rozpočtu (Bártová 2012).

6.10.3 Kontroly jakosti a dodržování postupů

Producenty kontroluje vícero subjektů, mezi něž například patří Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, Státní rostlinolékařská správa, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Krajská hygienická stanice, SZIF.

6.11 Distribuce, marketing a spotřeba

6.11.1 Velkoobchod

Dva největší hráči na poli velkoobchodu s čerstvým ovocem a zeleninou v Česku jsou ČEROZFRUCHT s.r.o. člen holdingu ČEROZ group a Hortim International spol. s.r.o. člen skupiny Total Produce. Tyto dvě společnosti jsou primárně zaměřeny na import a export ovoce a zeleniny a její komplexní logistiku. Tyto dva subjekty hrají velkou roli ve výkupu české produkce jablek. Jablka, která importují ze zahraničí nebo vykoupí u nás, pak dále distribuují do obchodních řetězců, velkoobchodů a tzv. transferovým zákazníkům (hotely a restaurace), část prodávají i skrze Cash & Carry. Pro pěstitele je to jedna z nejnevýhodnějších cest prodeje produkce vzhledem k nízkým výkupním cenám, nicméně existuje spousta subjektů, které jiným způsobem ani postupovat nemohou (například nejsou dostatečně velcí na to, aby udělali nabídku přímo obchodnímu řetězci či nevlastní třídící linku atp.). Paní Eva Macháčková z Hortim International spol. s.r.o. (dále jen Hortim) v rozhovoru uvedla, že jejich společnost jablka z Česka nevyváží, pouze je nakupují a distribuují. Nejdříve se prodá česká produkce a poté se začnou dovážet jablka ze zahraničí. Importují převážně z okolních zemí, z Polska a Německa, ale také z Itálie či Nizozemska. Ze zemí jižní polokoule k nám jablka dováží pouze výjimečně, a to například přes Nizozemsko. Jablka v zahraničí nakupují přímo od producentů nebo sdružení producentů. Po objednání zboží ze zahraničí, jsou jablka dovezena obvykle za jeden až

dva dny. Dle paní Macháčkové se logistika na konečné ceně obvykle projeví, ačkoliv se někdy podaří nakoupit i levněji, než jsou současné české ceny. Velkoobchod disponuje skladovací kapacitou a také třídící a balicí linkou. Největší procento jejich zboží odchází do obchodních řetězců (50–60 %), prodej do supermarketů funguje na stejném principu jako například v odbytovém družstvu. Hortim uskuteční nabídku a obchodní řetězec ji buď přijme, nebo odmítne (Macháčková 2012). Rovněž po velkoobchodu jsou požadovány certifikáty kvality, například Hortim vlastní: ISO 9001, Tesco standart, BIO certifikát, IFS.

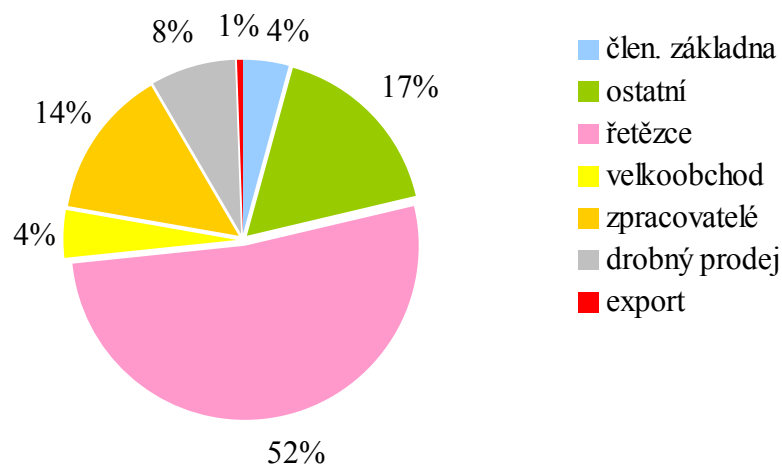
Mimo tyto dva hlavní aktéry existuje velké množství menších, regionálních velkoobchodů s ovocem a zeleninou, které zásobují menší obchůdky či restaurace. Dalším důležitým velkoobchodním subjektem je Velkotržnice Lipence s.r.o., která poskytuje celý sortiment služeb v oblasti velkoobchodu s rychle se kazícím zbožím, potravinami v čerstvém stavu pro specializované maloobchody a restaurační zařízení. Tato velkotržnice se nachází v Praze a je jedinou velkotržnicí tohoto charakteru v Česku. V rámci této velkotržnice nabízí své zboží asi 60 subjektů s různým zbožím (Velkotržnice Lipence 2013). Do velkoobchodu dodává většina pěstitelů z vybraného vzorku pro tento výzkum, ať už přímo, nebo prostřednictvím odbytové organizace.

6.11.2 Odbytové organizace

O těchto seskupeních a organizacích producentů bylo již něco málo řečeno v kapitole číslo 6.10.1, která se věnuje dotacím. Odbytová organizace (nejčastěji odbytové družstvo), je forma, která je preferována Evropskou unií a stejná uskupení můžeme vidět ve státech celé EU. Ovocnáři se do těchto družstev slučují nejen kvůli získání dotací, ale také aby soustředili nabídku a mohli vyhovět požadavkům velkých odběratelů. Dle předsedy Ovocnářské Unie ČR pana Ing. Ludvíka pěstitelé sdružení v těchto družstvech zajišťují 30–40 % produkce. Minimální počet členů je pět, velikost prvovýrobců může být odlišná, musí však být dodržovány demokratické principy (Ludvík 2012). Na území Česka jsou tato odbytová družstva dost rozdílná, některá mají jen pět nezbytných členů ale v těch největších je jich sdruženo i kolem čtyřiceti. Veškerá produkce musí být obchodována skrze odbytovou organizaci, takže i když producenti prodávají jablka ve své prodejně, musí je prodávat pod hlavičkou odbytového družstva. Odbytovému družstvu musí rovněž odvést část ze zisku. Největší organizací producentů v Česku je CZ FRUIT, odbytové družstvo, které bylo založeno již v roce 1998 a vyjma dvou zásobuje všechny obchodní řetězce (Šrajbr 2012). Struktura pěstitelů, kteří v rámci tohoto družstva působí, je

rozmanitá. Dle ředitele CZ FRUITu pana Ing. Jan Šrajbra má toto družstvo v současné době 38 členů, z čehož přibližně sedm či osm jsou větší pěstitelé, kteří mají skladovací kapacity a technologická zařízení na třídění a balení. K těmto větším producentům se pak jablka sdružují od členů menších. Do obchodních řetězců dodávají dle jednotlivých ovocných druhů 40–70 %, při 70 % už musí podepisovat prohlášení, že obchodní řetězce nezneužívají rozhodující kupní sílu. V běžném roce je to 50–55 %. Co se týká jablek na průmyslové zpracování, většina z nich odchází do zahraničí. Ze společností na českém území pak například dodávají do společností Alibona a.s., Hamé s.r.o. či Linea Nivnice a.s. a také jsou největšími dodavateli jablek pro zpracování na dětskou a kojeneckou výživu. V grafu 5 je znázorněn podíl jednotlivých odběratelů na tržbách z prodeje jablek v sezóně 2009/2010 (Šrajbr 2012).

Graf 5: Podíl jednotlivých odběratelů na celkových tržbách z prodeje jablek družstva CZ FRUIT v období 2009/2010 (%)



Zdroj: Šrajbr (2012) – CZ FRUIT

Jiným příkladem družstva může být Bohemia Apple, jedná se o seskupení šesti producentů, z nichž jeden je výrazně větší než ostatní. V tomto odbytovém družstvu se nachází Sady Tuchoraz, s.r.o., které mají největší rozlohu jablečných sadů v rámci OU a

zřejmě i v celém Česku. Tyto sady mají značnou výhodu v tom, že vlastní velkou část půdy, na které svá jablka pěstují, tudíž se nemusí obávat větších investic. Podařilo se jim i prodávat svůj mošt skrze velké obchodní řetězce jako je Kaufland, Globus či Penny Market.

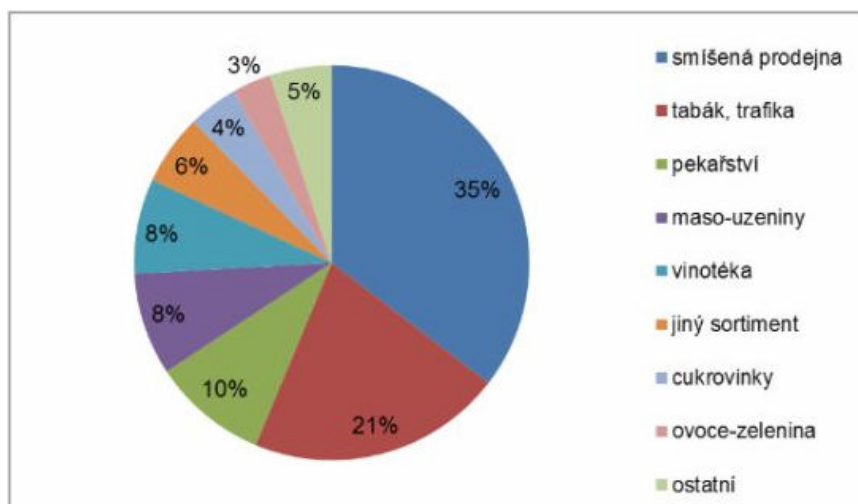
Ze zkoumaného vzorku pěstitelů jsou členy jedné z odbytových organizací 3 respondenti, další tři jsou bývalými členy a zbytek není a nebyl součástí žádné odbytové organizace. Členové odbytových družstev považují za největší výhody členství dotace a zajištění odbytu. Jako nevýhody vidí rozličnost zájmů jednotlivců (pěstitelé, skladovatelé, majitelé třídících linek), které mohou vyvolávat určité tlaky. Například pan Ing. Loskot ze SADY CZ, jeden ze členů CZ FRUITu, si členství převážně pochvaluje, protože nemusí investovat velké finanční prostředky do tržních úprav či skladovacích prostor, které by jinak vzhledem k velikosti sadů potřeboval. Většinu produkce odveze na pracoviště odbytového družstva a nemá s jablky žádné další starosti (Loskot 2013). Bývalí členové uvádějí rozdílné důvody odchodu. Například ZD Libčany, které bylo jedním ze zakládajících členů CZ FRUITu, členství v loňském roce ukončilo, především pro názorovou neshodu na budoucí rozvoj odbytového družstva. Zemědělské družstvo Libčany prosazovalo vybudování centrálního pracoviště, které by bylo vybaveno nejmodernějšími a výkonnými technologiemi na třídění, balení a marketingové úpravy jablek. Stávající systém marketingově upravuje jablka na odbytových pracovištích, kde nelze efektivně využít technologie a kde se jedná o sezónní práci se všemi problémy (jako jsou nevyužití pracovníci, nemožnost zavedení vícesměnného provozu atp.). Investiční prostředky, včetně dotací, byly rozdrobeny na jednotlivé podniky a odbytové družstvo tak nevyužilo obrovské šance stát se dominantním hráčem na trhu jablek v Česku a umožnilo nepřímo rozvoj jiných podniků (Čerozfrucht), které centralizovanou činnost provádějí (Polívka 2012). Pan Ing. Demo ze ZD Podlipan, které rovněž z odbytového družstva odešlo (bylo zakládajícím členem), říká, že důvodem odchodu bylo to, že se jim znelíbilo prostředí a jednání a že původní cíl postavit sílu producentů proti síle řetězců nevyšel a nefungovalo to. Rovněž podotknul, že celého výsledku se zmocnili majitelé skladů a oni jako pěstitelé se pak potáceli s cenami (Demo 2013).

6.11.3 Distribuce ke konečnému spotřebiteli

Nákup ovoce a zeleniny můžeme uskutečnit vícero způsoby. Nejlepšího poměru cena/kvalita nejspíše dosáhneme při návštěvě lokálního zemědělce, ne každý má však čas či chuť této možnosti využít. Stále častěji se objevují tzv. farmářské trhy, které v případě

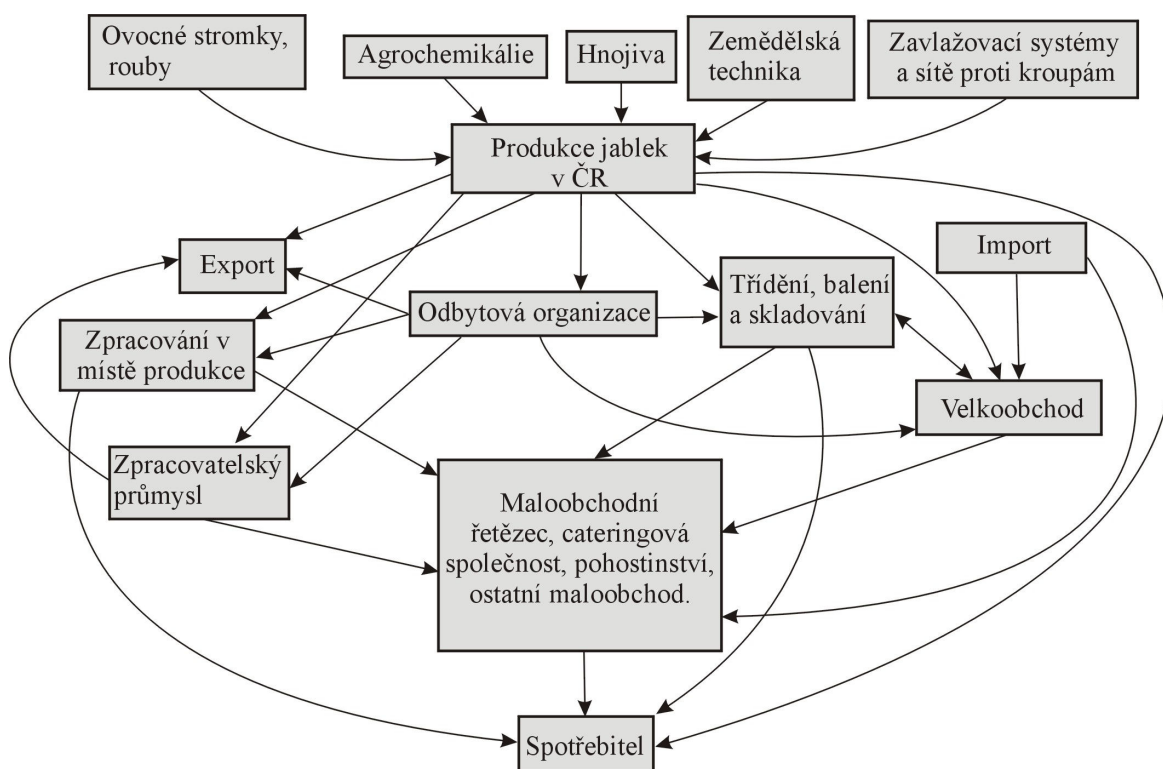
vhodného obsazení tuto možnost supluje. Většina z nás však nejčastěji zamíří do nejbližšího obchodu či obchodního řetězce. Nejčastější způsoby cesty jablka ke spotřebiteli jsou znázorněny na obrázku 15. Nejvíce českých spotřebitelů volí jako své hlavní nákupní místo potravin obchodní řetězec, dle průzkumu společnosti INCOMA GfK (2012) je to 86 % (45 % hypermarket, 23 % diskontní prodejny, 18 % supermarket), 13 % ke svým nákupům volí malé prodejny a 1 % nakupuje jinde. Český původ potravin je důležitý pro 53 % rodin, zde došlo ve srovnání s rokem 2011 k nárůstu ze 42 %. Bylo zjištěno, že český spotřebitel je stále méně loajální ke svému obvyklému obchodu a je stále citlivější na cenu či akční nabídku. Produkty v akční nabídce, ovlivňující jejich rozhodování, jsou nejčastěji mléčné výrobky (37 %) a ovoce a zelenina (32 %). Společnost INCOMA GfK (2013) rovněž provedla census nezávislých prodejen potravin a tabáku v krajských městech. Výsledek můžeme vidět v grafu 6, prodejny ovoce a zeleniny zabírají pouhých 3 %. Zajímavý je rovněž fenomén v nezávislém obchodu s potravinami v Česku, a to asijské prodejny. Mezi obchody, které vidíme v grafu pod názvem „smíšené prodejny“ je jejich podíl 48 %, v Praze dokonce 66 %.

Graf 6: Rozdělení nezávislých potravinářských prodejen v krajských městech dle hlavní specializace



Zdroj: Incoma GfK 2013

Obrázek 15: Dodavatelský řetězec jablek v Česku



Zdroj: vlastní

6.11.4 Obchodní řetězce

Po pádu komunismu a liberalizaci trhů začalo na naše trhy vstupovat velké množství zahraničních potravinářských obchodních řetězců. Jejich počet narůstal až do druhé poloviny 90. let, v roce 1998 se u nás již nacházelo 14 významných řetězců, jejichž počet doplnil v roce 2003 již pouze Lidl (Novák 2006). V tomto období u nás tyto firmy rozvíjely především diskontní prodejny a supermarkety a díky relativně nízké konkurenci zaznamenávaly tyto společnosti růst. Od roku 1998 došlo k významnému vzestupu hypermarketů, jejichž expanze trvá prakticky dodnes. V roce 1999 již více než polovina českých domácností preferovala pro nákup potravin některou z těchto „moderních prodejen“. Po roce 2000 překročil počet hypermarketů hranici stovky a společnosti nadále získávaly nové zákazníky (Novák 2006). Nezávislé prodejny a spotřební družstva v této době preferovala již jen zhruba třetina či čtvrtina zákazníků. Trh se však začínal sytit a obchodní řetězce si začali velmi konkurovat. Na přelomu let 2005–2006, poprvé od liberalizace, český trh opouštějí dva mezinárodní řetězce, Carefour a Julius Meinl. V této době rovněž začala expanze menších hypermarketových prodejen do středně velkých a menších měst (Novák 2006).

V roce 2010 měla v Česku největší tržby skupina Schwarz ČR, která spravuje řetězce Kaufland a Lidl. Největší společností s jednotným řízením v Česku je Tesco Stores ČR. Top 7 obchodních skupin, jejichž seznam se nachází v příloze 8, dosáhlo v roce 2010 úhrnných tržeb 276 mld. Kč. Započteme-li i skupinu COOP, která je největším subjektem v segmentu menších samoobsluh (tedy v tzv. tradičním obchodě), byly tyto tržby 302,3 mld. Kč. Na celkovém maloobchodě s rychloobrátkovým zbožím má Top 7 skupin podíl 58,1 % (včetně COOP 63,5 %) (Incoma GfK 2012a).

Značnou část prodeje v obchodních řetězcích zajišťují privátní značky řetězců. Privátní značky jsou výrobky prodávané pod jménem obchodního řetězce. Celosvětově se privátní značky řetězců podílejí z 20 % na celkových prodejkách potravin, nicméně jsou zde velké rozdíly napříč zeměmi (Lamey, Deleersnyder a kol. 2007). Můžeme rozlišit tři typy privátních značek: ekonomické, standardní a speciální. Ekonomické mají za cíl nejnižší možnou cenu, standardní cílí na značkové a kvalitní výrobky za lepší cenu a speciální by pak měly většinou značit exkluzivní a nadstandardně kvalitní výrobek (Novák 2006). Výrobce může výrobou pro řetězce ušetřit náklady, ale rovněž uškodit vlastní firemní značce, výhodou je možná expanze výrobků na zahraniční trh. Privátní značky jsou zde zmíněny z toho důvodu, že často po svých dodavatelích vyžadují nadstandardní kontroly a zavádějí vlastní normy, kterými se výrobci musí řídit. Tyto jejich normy jsou většinou zpřísněním norem běžných. Některé významné privátní značky a standardy jsou již zobrazeny v tabulce 3. V obchodních řetězcích, které mají své pobočky v Česku se s privátními značkami setkáváme také, například řetězec Tesco jich má hned několik: TESCO Finest, Organic, Pravá chuť, Healthy Living, Standard, Light Choices, Value. Společnost rovněž vyvinula vlastní normy pro své primární i sekundární dodavatele Tesco Food Manufacturing Standard.

Při své nákupní síle jsou obchodní řetězce pro ovocnáře důležitým odbytištěm a velmi ovlivňují celý hodnotový řetězec. Když byli producenti jablek dotázáni na řízení hodnotového řetězce jablek, velká většina (7) okamžitě odpověděla, že je řízen obchodními řetězci. Další dva z respondentů do supermarketů své zboží nedodávali a poslední pěstitel jeho dominantní postavení nepocíťoval. Jeden z dotazovaných, který do řetězců v současnosti nedodává, vzpomíná na přísné podmínky, které se s jejich ZD snažil vyjednat obchodní řetězec Carrefour. Kdy v případě, že by se ZD nepodařilo sklidit včas, řetězec by nakoupil zboží jinde a oni by museli doplatit rozdíl ceny. Aby pěstitel mohl dodávat do obchodního řetězce, jsou po něm, či případně po odbytovém družstvu, vyžadovány certifikáty kvality a někdy i certifikační nadstandardy, ale na základě

pozorování se nedomnívám, že by producenty přímo kontrolovali či navštěvovali v sadech, jako je tomu například při produkci pro zpracování na dětskou výživu. Producenti se shodují na tom, že hlavním kritériem řetězců je při výběru dodavatele cena, ale také schopnost dodat včas určené množství v požadované kvalitě. Producenti, odbytová družstva či velkoobchody dávají supermarketům cenové nabídky, ze kterých si pak obchodní řetězce vybírají. Supermarkety jsou údajně velmi dobře sešrané a určují cenu. Respondenti se nejvíce pozastavovali nad konečnou cenou jejich výrobků v obchodních řetězcích. Marže supermarketů dosahuje často kolem 200–300 % a ještě si strhávají 20 % z ceny za jednotné odbytové centrum, tedy za to, že si zboží rozvezou na své pobočky. Pěstitelé poukazují na to, že jsou jablka v supermarketech často dražší než banány či pomeranče.

6.11.5 Ceny

Na internetových stránkách Českého statistického úřadu můžeme zjistit průměrné spotřebitelské ceny mnoha potravinářských výrobků, které se zde sledují za jednotlivé měsíce. Můžeme si tedy ověřit, zda jsou jablka v obchodech opravdu dražší než další zmiňované ovocné druhy. Porovnáním průměrných spotřebních cen u jablek, pomerančů a banánů za rok 2012 zjistíme, že opravdu jablka byla nejdražší. Nicméně rozdíl ve srovnání s banány je pouze 0,0025 Kč/kg, tedy naprosto minimální, pomeranče byly v průměru levnější o 0,8 Kč/kg. Průměrná spotřební cena všech tří komodit (v roce 2012) byla kolem 30 Kč/kg. Jablka byla nejlevnější v lednu a nejdražší v září. U jablek také docházelo k nejmenším sezónním výkyvům cen. ČSÚ dále sleduje i ceny zemědělských výrobců (CZV), jejich porovnání s cenami spotřebitelskými je znázorněno v tabulce 5.

Tabulka 5: Vývoj cen zemědělských výrobců (CZV) a spotřebitelských cen (SC) jablek konzumních v Kč/kg v letech 2003–2011

ROK/CENY	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
CZV	8,29	9,04	8,05	8,92	10,26	10,37	7,81	8,61	9,86
SC	24,15	26,20	22,25	24,94	28,45	32,36	25,93	25,48	29,41
Poměr CZV:SC v %	34,33	34,50	36,18	35,76	36,06	32,05	30,12	33,79	33,53

Zdroj: Buchtová (2012). Situační a výhledová zpráva ovoce 2012

Dotaz na současné ceny a jejich adekvátnost byl součástí rozhovoru s producenty. Z rozhovorů vyplynulo, že cena je většinou pevně stanovena u jablek průmyslových a rozdíly u jednotlivých výkupců jsou v rámci haléřových částek. Na konečnou částku má vliv vzdálenost a cena dopravy ke zpracovateli. V případě konzumních jablek je cena záležitostí domluvy, známostí a vztahů a dle názoru některých pěstitelů dokonce i úplatků. Pro pěstitele je nejvýhodnější jablka prodat přímo v místě produkce, kde jim také zůstane nejvyšší zisk. Jablka, která se neprodají v místě produkce, odchází buď do velkoobchodu, či obchodního řetězce a zisky pro pěstitele jsou menší. Všeobecně se cena jablek odvíjí od úrody u nás a v okolních státech. Producenti poukazují na to, že ceny, za které jablka prodávají, se dlouhodobě nezvyšují, ale prudce rostou náklady. Například stoupá cena nafty, ale také náklady na pracovní sílu. Pan Ing. Jiří Fišer ze ZD Dolany například podotýká: „Je třeba říci, že 40–50 % ceny tvoří pracovní náklady (pěstitelství i třídění) a meziroční nárůst mezd je přibližně 3–5 %, takže za deset let náklady narostly třeba o 30 %, ale ceny se nezvýšily, to se musí řešit zvýšenou produktivitou, intenzitou pěstování a zvyšováním výnosů“ (Fišer 2012). Před příchodem obchodních řetězců a i krátce po něm byly ceny údajně vyšší při menších nákladech. Nebyl kladen tak značný důraz na kvalitu a přesnost, a také například třídění nebylo tolik precizní. Jak už bylo řečeno dříve, producentům vadí hlavně vysoké marže obchodních řetězců a s tím související přehnaně vysoké ceny jablek v supermarketech. Na konečné ceně se promítnou náklady na vypěstování, posklizňové úpravy, obaly, dopravu a logistiku, marže velkoobchodu a maloobchodu a daň z přidané hodnoty. Přeprava je většinou zajišťována vozy s řízenou teplotou. Pro jablka určená na zpracování na mošt si obvykle přijedou přímo výkupci. Při dodávkách konzumních jablek do obchodních řetězců musí většinou dopravu zajistit sami pěstitelé. Jablka se dovezou na centrálu supermarketu, odkud si je řetězec rozveze na pobočky. Cena přepravy stále stoupá a závisí samozřejmě na vzdálenosti, cenách nafty či mýtného. Například cena přepravy z Jihomoravského kraje do Prahy stála ještě před třemi lety 8 000 Kč a dnes stojí 12 500 Kč.

6.12 Bariéry, příležitosti pro inovace a ohrožení českého ovocnářství

Odpovědi na otázku týkající se největších bariér či problémů českého ovocnářství se velmi lišily, budou zde uvedeny tedy všechny názory.

- Stát nepodporuje ovocnáře a neumožňuje jim cestu na trh, je zapotřebí podpořit i konzum regionálních potravin.
- Lidé nemají peníze, neřeší kvalitu.

- Přílišné lpění pěstitelů na českých odrūdách.
- Nedostatek mladé generace ovocnářů (3x).
- Různé podmínky v rámci EU (2x).
- Zastaralé technologie, přestárle sady a malá konkurenceschopnost vzhledem k nerovným podmínkám.
- Počasí a obchod jako takový.

V odpovědích na otázku týkající se inovací se respondenti z řad pěstitelů naopak často shodovali. Osm respondentů odpovědělo, že je zapotřebí obnova sadů a technologií. Další názor na inovace se týkal zpracování produkce, pěstitelé by se měli naučit alespoň část produkce sami zpracovávat. V zavádění nových technologií a způsobů pěstování pěstitelům brání velká finanční náročnost a často neochota provádět nákladné investice v případě, že nevlastní půdu, na níž jsou jejich sady umístěny. V případě větších a diversifikovaných zemědělských družstev hraje roli i preference rozvoje jiných oblastí než ovocnářství.

Na otázku, zda dosahujeme technologické úrovně vyspělých evropských států, sedm pěstitelů odpovědělo, že nikoliv. Někteří poznamenali, že se zde nachází pouze malý počet podniků, které mají srovnatelnou úroveň s nejvýznamnějšími ovocnářskými zeměmi.

Hlavní ohrožení vidí všichni oslovení pěstitelé v dovozech ze zahraničí. Většina ovocnářů (7) pociťuje hrozbu v dovozech (hlavně těch nekvalitních a levných) z Polska. Další vidí například hrozbu v Číně, hlavně z hlediska výroby jablečného koncentráту. Jeden z respondentů pak uvádí jako hrozbu globalizaci se všemi důsledky a následky.

6.13 Zvýhodnění zahraničních producentů

Sedm pěstitelů v rámci rozhovoru uvedlo, že jsou zahraniční producenti oproti těm českým zvýhodněni. Další dva se to netroufají tvrdit a jeden z producentů zmiňuje dotaci na výsadbu, kterou jsou naopak zvýhodněni čeští producenti a ostatní státy ji nemají. Šest z respondentů vidí hlavní zvýhodnění ve vyšších dotacích a větší podpoře státu. Ačkoliv jsou v rámci Společné zemědělské politiky EU zakázány dotace na export, někteří pěstitelé mají dojem, že je tento zákaz v některých zemích legislativně obcházen. Jako příklad jeden z producentů uvádí Polsko, které údajně poskytuje dotace na jednorázové obaly, tím pádem se může kamion vypravit pouze jedním směrem a v tu chvíli se z toho stává dotace na vývoz. Silnou podporu zemědělství ze strany státu v Polsku dle

respondentů způsobuje mimořádně vysoký podíl osob pracujících v tomto sektoru a tudíž i vysoký počet potenciálních voličů, kteří si dokáží prosadit své požadavky. Pěstitelé také kritizují daňová zvýhodnění, která (nejen) polští zemědělci mají. Například daň z příjmu je v Polsku povinno platit cca 2–5 % zemědělců, což znamená, že rozhodující většina tuto daň neplatí (jako jedni z mála zemědělců v EU). Rovněž v případě čerpání dotací z EU z nich polští zemědělci nemusí odvádět žádné daně. Zemědělci v Polsku také využívají Zemědělský fond sociálního zabezpečení, do něhož jde více než 90 % přímo ze státního rozpočtu (Vilhelm, Picková 2009). Dle pana Mrňáka ze sadů Tuchoraz, mají některé státy jako Itálie či Rakousko například výhodu při pojišťování, a to v tom, že zaplatí jen 50 % a zbytek si pojišťovna vyúčtuje přímo od státu. V Česku sice také dostanou zpět až 50 %, ale nejdříve musí zaplatit celou částku, takže to hodně zatěžuje cashflow (Mrňák 2012). Konkurenceschopnost českého ovocnářství rovněž snižuje nerovnost na poli používání chemické ochrany sadů a rozdílnost v ochranných lhůtách.

6.14 Vazby a vztahy v hodnotovém řetězci jablek v Česku

6.14.1 Vertikální vazby

Od dob komunismu a centrálního plánování prošlo české ovocnářství zásadními změnami. Zatímco tenkrát měli pěstitelé smluvně zajištěn odběr své produkce pomocí Centrálního výkupu ovoce a zeleniny, dnes jim tuto jistotu nikdo nezaručí a musí se sami aktivně pokoušet o úspěch na trhu a podílet se na utváření složitějších vertikálních vazeb. Po pádu komunismu, privatizaci půdy a infrastruktury (např. chladiřů) byly dosavadní vazby zprůtrhány a byl zaveden tržní typ řízení hodnotového řetězce (viz obrázek v příloze 3). S postupem času docházelo k proměnám a vývoji rolí a aktivit uvnitř hodnotového řetězce. Došlo k rozvoji moderního maloobchodního sektoru (např. vstup zahraničních maloobchodních řetězců) a jeho podíl na prodeji čerstvé produkce stále narůstal. Tito maloobchodníci začali klást větší nároky na kvalitu produkce a stále více svými požadavky působili na všechny ostatní subjekty hodnotového řetězce prostřednictvím režimu nabídkových řízení, zadáváním zakázek, hodnocením kvality, platebními podmínkami atd. Tyto obchodní řetězce odebírají čerstvou produkci několika způsoby, skrze velkoobchod, odbytová družstva, nebo navazují obchodní vztahy přímo s pěstiteli, aby snížili své náklady. Česká republika nebyla v produkci jablek snad nikdy soběstačná, ta se k nám dovážela i před rokem 1989 (Ludvík 2012), po liberalizaci trhů ovšem českým jablkům začalo konkurovat subtropické a tropické ovoce i levný dovoz jablek z okolních států, místní pěstitelé se tedy museli přizpůsobit a zlepšit svou konkurenceschopnost.

Začali využívat nových technologií, odrůd, zvyšovat výnosy a kvalitu, aby uspokojili poptávku obchodních řetězců. Na dlouhodobých vertikálních vztazích je v Česku nejvíce založena hlavně výroba kojenecké výživy, kde je nutná spolupráce a komunikace na všech úrovních hodnotového řetězce. Protipólem jsou pak vztahy při prodeji jablek na zpracování do zahraničí, kdy se produkce většinou prodá tomu, kdo nabídne nejvíce a pěstitel často ani zpracovatele nezná. Při prodeji konzumních jablek jsou vertikální vztahy také důležité, hlavně při stanovování cen a domluvě o výši odbytu. Většina českých jablek končí v obchodních řetězcích, které mají stanovená přísná pravidla, hlavně v oblasti kvality a kvantity dodávek a mohou si vybírat z většího množství dodavatelů, jejichž produkty jsou vzájemně zaměnitelné. Aby mohl pěstitel prodat svou produkci skrze tento odbytový kanál, musí se těmto, často náročným, podmínkám přizpůsobit. Dalo by se tedy říct, že hodnotový řetězec konzumních jablek v Česku je z velké části řízen nákupem. Pokud se jedná o malého pěstitele, musí být většinou sdružen do odbytového družstva, aby se jeho produkce mohla dostat na tento trh.

6.14.2 Horizontální vazby

Intenzita spolupráce a výměna informací mezi českými pěstiteli jablek je poměrně silná. Díky jejich poměrně malému počtu se často navzájem znají a spíše než by si konkurovali mezi sebou, tak se snaží konkurovat zahraničním pěstitelům. Sdružování ovocnářů má v Česku více než devadesátiletou tradici, v současné době je nejvíce pěstitelů sdruženo v Ovocnářské unii ČR, která se stará hlavně o tok informací v této části hodnotového řetězce. Informace získávají producenti jablek i ze zahraničí, buď sami navštěvují významné zahraniční pěstitelské oblasti, nebo využívají možnosti návštěvy poradce ze zahraničí v jejich sadech (lze na to získat i dotaci). Pěstitelé, kteří chtějí svou produkci dodávat do škol, školek, jídelen či obchodních řetězců by měli být členy Svazu pro integrované systémy pěstování ovoce a vlastnit ochrannou známku SISPO. Reakcí na silnou pozici obchodních řetězců bylo sdružení nabídky, vznikla seskupení producentů a organizace producentů (např. CZ FRUIT, Bohemia Apple, EB Fruit atp.). Tato strategie však v prostředí Česka nefunguje tak dobře jako ve vyspělejších pěstitelských státech EU, hlavně díky neochotě producentů provádět společné investice. Nicméně sdružená nabídka má lepší pozici v jednání s obchodními řetězci, jelikož může poskytnout širší sortiment a množství.

7 ZÁVĚR

Jedním z hlavních cílů této diplomové práce byla analýza globálního hodnotového řetězce ovoce a zeleniny. Tato analýza byla provedena skrze perspektivu GVC prostřednictvím rozboru pěti základních dimenzí: struktury vstupů a výstupů, geografické dimenze, struktury řízení, institucionálního rámce a upgradingu. Bylo zjištěno, že i u tohoto zemědělského odvětví dochází k procesům typickým pro současný globální agrobyznys. Dochází k rostoucí koncentraci v různých bodech hodnotového řetězce, patrné je to například u dodavatelů agrochemikálií, velkých společností obchodujících s ovocem a zeleninou a také u mezinárodních obchodních řetězců s potravinami. I v případě globálního obchodu s ovocem a zeleninou můžeme pozorovat zvyšující se důležitost veřejných i privátních norem, především pak těch, které se primárně vztahují ke zdravotní bezpečnosti těchto plodin. Stále významnější postavení mají zejména standardy vytvořené koalicemi soukromých firem a obchodními asociacemi. Přední úlohu hrají v globálním hodnotovém řetězci ovoce a zeleniny velcí nákupec, kteří prostřednictvím svých požadavků na kvalitu, spolehlivost dodávek a rozmanitost produktů, stále zvyšují požadavky na úroveň odborné způsobilosti svých dodavatelů a rovněž zvyšují úroveň koordinace v globálních hodnotových řetězcích. Co se týká institucionálního rámce, je možno pozorovat liberalizaci trhů. Jako příklad tohoto procesu bylo v příslušné kapitole uvedeno postupné snižování tarifů na dovoz banánů pro země mimo AKT. Vládní intervence v ovocnářsko-zelinářském průmyslu jsou výrazně nižší než v ostatních zemědělských sektorech (Diop, Jaffe 2005). V EU je zahradnictví jedním z nejvíce liberalizovaných sektorů v rámci zemědělství (Bunte 2005). Vyspělé státy využívají podobných ochranných nástrojů: nízkých, ale velmi rozptýlených cel, specifických cel, sezónních tarifů, celních eskalací, preferenčních přístupů, celních kvót. Nejvíce využívaným nástrojem k ochraně sektoru ovoce a zeleniny je regulace přístupu na trh (Diop, Jaffe 2005). Export čerstvé zeleniny čelí obecně vyššímu stupni ochrany, což odráží skutečnost, že cla uvalená na zahradnické plodiny mírného pásu jsou vyšší než cla určená pro tropické komodity (jímž dominuje ovoce) (Diop, Jaffe 2005). Protekcionistické politiky vyspělých států deformují trh především s konkurenčními plodinami (FAO 2003). V hodnotovém řetězci ovoce a zeleniny docházelo v posledních dvaceti letech k významnému upgradingu, nejvíce pak byly změny patrné v rozvojových zemích (Gereffi, Fernandez-Stark 2011). Funkční upgrading se v případě hodnotového řetězce ovoce a zeleniny vyznačuje lineární povahou, což znamená, že k posunu do další fáze

dochází až poté, co byla upevněna pozice ve fázi předchozí. Produktový a procesní upgrading se může odehrávat napříč všemi segmenty hodnotového řetězce a hraje v tomto odvětví také důležitou roli. Možnosti pro tento typ upgradingu jsou v zahradnickém průmyslu obrovské. V globálním obchodu s ovocem a zeleninou je patrný směr z jihu na sever, čili dovoz plodin z jižní hemisféry (často z rozvojových zemí) pro uspokojení poptávky vyspělých států na severní polokouli. Vstup do globálních hodnotových řetězců ovoce a zeleniny je pro rozvojové země stále obtížnější, vstupní bariéru tvoří zejména vysoké požadavky na plnění norem. Netroufám si říci, zda převažují negativní či pozitivní dopady exportu zahradnických produktů z rozvojových zemí, je to velmi individuální. Pozitivním jevem je zvýšení zaměstnanosti a příjmů v lokalitě, jelikož pěstování ovoce a zeleniny je náročné na pracovní sílu (je potřeba asi dvakrát tolik pracovníků než při pěstování obilovin a započítáme-li i posklizňové úpravy a balení, mohou být nároky na pracovní sílu až desetinásobné). Mezi negativní jevy můžeme zařadit poškození životního prostředí pesticidy, kterých se v zahradnickém průmyslu hojně užívá, či pěstování plodin pro export na úkor těch tradičních, jež se poté musí dovážet. Pěstování ovoce a zeleniny je také velmi náročné na správu a investice, jejichž návratnost je několik let.

Součástí hlavního cíle číslo 1 je i analýza současného mezinárodního trhu s jablky. Regiony a oblasti, v nichž se jablka pěstují se díky novým teplovzdorným odrudám a rozvoji zavlažování mohly rozšířit směrem k rovníku. I přes to, že existuje více než 7 000 odrud, komerčně se využívá jen pár desítek. Vedoucí postavení zaujímá odrůda Golden Delicious. Nejpoužívanější technologii pro dlouhodobé uskladnění jablek jsou sklady ULO, v nichž jablko vydrží „čerstvé“ až jeden rok. Sklady tohoto typu se povětšinou využívají na severní polokouli, jablka pocházející z jižní hemisféry nejčastěji putují přímo na trh, bez předchozího dlouhodobějšího uskladnění. Největším producentem jablek je Čína, která vypěstuje kolem 50 % světové produkce. Čína je zároveň i největším exportérem, i když vyváží pouze 4 % své produkce. Na globální trhy se dostane asi jen 10 % z celosvětové produkce. Deset největších exportérů tvoří asi 80 % z celkového celosvětového vývozu. V roce 2010 bylo největším importérem Rusko. K největšímu intra-regionálnímu obchodu docházelo v roce 2009 v rámci Evropy (bez Ruska). Nejvýznamnější meziregionální obchod probíhal (v roce 2009) mezi Evropou a Ruskem.

Druhým hlavním cílem této práce bylo analyzovat hodnotový řetězec jablka v Česku a zjistit míru jeho napojení na globální hodnotové řetězce jablek. Na tento hlavní cíl navazují ještě tři cíle vedlejší. Analýza byla provedena na základě rozhovorů s 15 zástupci jednotlivých segmentů hodnotového řetězce. Česká jablka se globálního obchodu

neúčastní a toho mezinárodního se zúčastňují jen ve velmi malém rozsahu, většina české produkce je zkonsumována přímo v Česku. Jablka importovaná do Česka ze zahraničí pocházejí převážně z evropských států. S globálním hodnotovým řetězcem jablek má ten český hodnotový řetězec společné dodavatele vstupů (především agrochemikálií a technologií) a také distributory (nadnárodní obchodní řetězce s potravinami). Nicméně toto napojení je ve srovnání se státy jako je Chile či Nový Zéland minimální. Cílem bylo rovněž analyzovat vztahy a vazby uvnitř řetězce, převážně ty vertikální. Na základě výzkumu si dovoluji tvrdit, že český hodnotový řetězec jablek je řízen nákupem, jak ze strany velkých zpracovatelských firem (především těch, které vyrábí kojeneckou výživu), tak nadnárodních obchodních řetězců s potravinami. Tyto subjekty však nevlastní žádná výrobní zařízení, půdu či podniky, vertikální integrace probíhá nejčastěji skrze kontrakty. Na dlouhodobých vertikálních vztazích je založena především výroba kojenecké výživy. Při prodeji konzumních jablek jsou vztahy důležité hlavně při stanovování cen a výše odbytu. Horizontální vztahy mezi pěstiteli jsou poměrně silné, výměna a distribuce informací probíhá na dostatečné úrovni. Na základě výzkumu jsem došla k závěru, že jednotliví aktéři nemají v řetězci rovnocenné postavení. Bylo zjištěno, že dominantní postavení mají obchodní řetězce s potravinami, jež představují hlavní odběratele, a tudíž si mohou diktovat podmínky, jimž se musí pěstitelé přizpůsobit (tímto je zodpovězena výzkumná otázka číslo 1). Zodpovědět výzkumnou otázku číslo tři, tedy zda jsou česká jablka „vytlačovaná“ těmi zahraničními, není jednoduché. Jablka se do Česka dovážejí z několika důvodů. Prvním důvodem je jejich nedostatek na domácím trhu, Česko není v produkci jablek soběstačné, tudíž je import v současné době nezbytný (Buchtová 2012). Další důvod je ten, že některým odrudám se v Česku nedaří, tak je pochopitelné, že se k nám dováží třeba z Itálie, jelikož jsou součástí sortimentu řetězce. Jedním z důvodů importu ze zahraničí bývá i preference jablek ze země původu obchodního řetězce. V neposlední řadě se k nám jablka ze zahraničí dováží proto, že je zahraniční země často dokáže vypěstovat levněji. Osobně se ale domnívám, že česká jablka převážně nejsou „vytlačovaná“ těmi zahraničními. Pokud má český pěstitel kvalitní produkci a má vysázeny žádoucí odrůdy, nemá s jejím prodejem a obvykle žádný problém. Samozřejmě levná produkce ze zahraničí představuje určitý tlak na ceny, který je způsoben i velmi vysokými maržemi supermarketů u českých jablek. Určitá míra „vytlačování“ je pozorovatelná především u nekvalitní produkce. Levné a nekvalitní dovozy (především z Polska), silně konkurují nekvalitní a nestandardní produkci českých pěstitelů. Otázkou zůstává, jak je možné, že některé státy jsou schopny produkovat levněji, či za stejnou cenu

jako čeští pěstitelé, při často vyšších nákladech na vstupy (například vyšší náklady na pracovní sílu, či pronájem půdy). Velkou roli hrají geografické podmínky států (vhodnější podnebí pro pěstování) a jejich technologická úroveň (např. větší výnosnost sadů). Nicméně roli můžou hrát i určitá další zvýhodnění zahraničních producentů oproti těm českým. Většina pěstitelů, kteří se účastnili výzkumu, se domnívá, že v rámci států EU nejsou rovnocenné podmínky a tudíž některé státy mohou produkovat levněji a srážet tak i ceny tuzemské produkce. Mezi hlavní problémy patří odlišná omezení postřiků v rámci různých států, neexistence jednotného registru přípravků v EU, odlišná podpora státu (viz například Polsko), či dokonce skrytá podpora exportu v některých zemích. Posledním vedlejším cílem bylo zjistit největší bariéry a možnosti pro inovace u tuzemských producentů jablek a potenciál zvyšování jejich konkurenceschopnosti. Největším problémem české produkce jablek je stáří sadů a zastaralost technologií. Staré jabloně mají malou výnosnost, plody jsou menší a odrůdy zastaralé. Rovněž je pozorován nedostatek mladé generace ovocnářů a přílišné lpění pěstitelů na českých odrůdách. Pro zvýšení konkurenceschopnosti by tedy bylo zapotřebí vysázet nové sady s moderními odrůdami, které by byly na současném trhu úspěšnější. Je však také důležité si uvědomit ambice a možnosti českých pěstitelů. Jak říká pan Ludvík (2012), předseda Ovocnářské Unie České republiky: „My do budoucna nebudeme nikoho uchvacovat obrovskou produkcí, či ohromným exportem, my potřebujeme tu produkci v Česku zachovat tak, aby tady byla a měla význam v krajině. Potřebujeme, abychom se dostali na trh, přičemž tím naším cílem je opravdu český spotřebitel a přidaná hodnota naší produkce ve vztahu k životnímu prostředí“. Ovocnářství je poměrně rizikové, velmi závislé na počasí a investice mají dlouhodobou návratnost a v případě, že podnik hospodaří na pronajaté půdě, velmi pečlivě zvažuje, zda tato rizika podstoupí. Většina producentů uvedla, že jim zkrátka na novější technologie chybí peníze. Mnoho ovocnářů proto nyní vkládá naději do nové strategie českého zemědělství a potravinářství v rámci Společné zemědělské politiky EU po roce 2013, která má za cíl podpořit právě toto skomírající odvětví.

Během zpracovávání práce se objevila témata, která by stála za podrobnější analýzu. Především by bylo zajímavé zjistit, jaké rozdíly existují v ovocnářství v rámci Evropy, především jak se liší podpora státu v těchto zemích a jaký vliv mají omezení postřiků a dostupnost preparátů na konkurenceschopnost jednotlivých zemí. Rovněž by mne více zajímala problematika ekologických sadů a bio ovoce v Česku, jejichž podpora státem a EU je trnem v oku běžných pěstitelů. Neméně zajímavé by také bylo zjistit, jaké

jsou rozdíly v ceně lidské práce (na jednotku produkce) v EU, včetně porovnání výdělku na hodinu.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použité literatury:

BAIR, J. (2009): *Frontiers of commodity chains research*. Stanford University Press, 281 s.

BARRIENTOS, S., DOLAN, C. (2003): A Gendered Value Chain Approach to Codes of Conduct in African Horticulture. *World Development*, 31, č. 9, s. 1511–1526.

BEČVÁŘOVÁ, V. (2007): Vliv globalizace na vývoj v agrárním sektoru. Publikováno v rámci Sborníku příspěvků ze 7. mezinárodní vědecké konference s názvem: Nové obchodovatelné komodity a jejich využití s. 6–15. Masarykova univerzita Brno.

BONANNO, A. (1994): *From Columbus to ConAgra: The globalization of Agriculture and Food*. University Press of Kansas, 294 s.

BROWN, S., BESSANT, J., LAMMING, R. (2000): *Strategic operations management*, Oxford: Butterworth Heinemann. First edition. Elsevier, 512 s.

BUCHTOVÁ, I. (2012): Situační a výhledová zpráva: ovoce. Odbor rostlinných komodit MZe. Ministerstvo zemědělství České republiky, 75 s.

BUCHTOVÁ, I., DOBIÁŠ, V. (2008): Vnitrostátní strategie ČR pro udržitelné operační programy organizací producentů sektoru ovoce a zeleniny. Příloha k situační a výhledové zprávě ovoce a zelenina. Ministerstvo zemědělství České republiky, 40 s.

BUNTE, F. (2005): Liberalising EU Imports for Fruits and Vegetables. Paper prepared for presentation at the XIth Congress of the EAAE, The Future of Rural Europe in the Global Agri-Food System. Kodaň, Dánsko, 14 s.

DIOP, N., JAFFE, S. (2005): Fruits and Vegetables: Global Trade and Competition in Fresh and Processed Product Markets. In *Global Agricultural Trade and Developing Countries*. Editors: Ataman Aksoy, John Beghin. The World Bank, Washington D.C. 311 s.

DOLAN, C., HUPHREY, J. (2000): Governance and Trade in Fresh Vegetables: The Impact of UK Supermarkets on the African Horticulture Industry. *Journal of Development Studies*, 37, č. 2, s. 147–176.

EMONGOR, R., LOUW, A., et al. (2004): Zambia country report. Regoverning Markets – securing small producer participation in restructured national and regional agrofood systems . London IIED (International Institute for Environment and Development).

FEARNE, A., HUGHES, D. (1999): Success Factors in the Fresh Produce Supply Chain: Some Examples from the UK. *Supply Chain Management: An International Journal*, 4, č. 3, s. 120–131.

FERNANDEZ-STARK (2011): Workforce Development in the Fruit and Vegetable Global Value Chain: Center on Globalization Governance & Competitiveness and RTI International.

FERREE, D.C., WARRINGTON, I.J. (2003): Apples: Botany, Production and Uses. CABI Publishing. CAB International, 633 s.

FRIEDLAND, W.H. (2004): Agrifood globalization and commodity systems. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 12, č. 1, s. 17–28.

FRIEDLAND, W.H. (2001): Reprise on Commodity Systems Methodology. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 9, č.1, s. 82–103.

FRIEDLAND, W.H. (1994): The New Globalization: The Case of Fresh Produce. In *Columbus to ConAgra: The Globalization of agriculture and food*. University Press of Kansas, s 210–231.

GEREFFI, G. (2005): The Global Economy: Organization, Governance, and Development. In N.J. Smelser & R. Swedberg, *The Handbook of Economic Sociology*, Second edition. Princeton and Oxford: Princeton University Press; New York: Russell Sage Foundation, s. 160–182.

GEREFFI, G. (1995): Global Production Systems and Third World Development. In B. Stalling: Global Change, Regional Response: The New International Context of Development. Cambridge University Press, s. 100–142.

GEREFFI, G., FERNANDEZ-STARK, K. (2011): Global value chain analysis: a primer. Center on Globalization, Governance & Competitiveness. Duke University, Durham, USA, 39 s.

GEREFFI, G., FERNANDEZ-STARK, K., BAMBER, P. (2011): The Fruit and Vegetables Global Value Chain: Economic Upgrading and Workforce Development. Duke University Center on Globalization, Governance and Competitiveness, 63 s.

GEREFFI, G., LEE, J. (2009): A global value chain approach to food safety and quality standards. Global Health Diplomacy for Chronic Disease Prevention, Working Papers Series, Duke University, Durham, 51 s.

GEREFFI, G., LEE, J., CHRISTIAN, M. (2008): The Governance Structures of U.S. – Based Food and Agriculture Value Chains and Their Relevance to Healthy Diets. Paper prepared for the Healthy Eating Research Program, Robert Wood Johnson Foundation, 86 s.

GEREFFI, G., HUMPHREY, J., STURGEON, T. (2005): The Governance of Global Value Chains. Review of International Political Economy, 12, č.1, s. 78–104.

GEREFFI, G., KAPLINSKY, R. (2001): The Value of Value Chains: Spreading the Gains from Globalisations. IDS Bulletin, 32, č. 3.

GEREFFI, G., KORZENIEWICZ, M. (1994): Commodity Chains and Global Capitalism. Praeger Publishers, Westport, 335 s.

GIBBON, P. (2003): Value Chain Governance, Public Regulation and Entry Barriers in the Global Fresh Fruit and Vegetable Chain into the EU. Development Policy Review, 21, č. 2–3, s. 615–625.

GIBBON, P. (2001): Upgrading Primary Production: A Global Commodity Chain Approach. *World Development*, 29, č. 2, s. 345–363.

HENDL, J. (2005): Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. 1.vydání. Praha: Portál, 408 s.

HOPKINS, T., WALLERSTEIN, I. (1986): Commodity chains in the world economy prior to 1800, *Review*, 10, č. 1, s. 157–170.

HUDEČKOVÁ, H., LOŠŤÁK, M 1998 (2000): Sociologie II. ČZU PEF (Skripta). Praha

HUMPHREY, J. (2006): Global Value Chains in the Agrifood Sector. Working Paper – United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 58 s.

HUMPHREY, J. (2006b): Policy Implications of Trends in Agribusiness Value Chains. *European Journal of Development Research* , 18, č. 4, s. 572–592.

HUMPHREY, J. (2005): Shaping Value Chains for Development: Global Value Chains in Agribusiness. Paper Commissioned by the German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development, Eschborn, Germany, 64 s.

HUMPHREY, J., McCULLOCH, N., OTA, M. (2004): The Impact of European Market Changes on Employment in The Kenyan Horticulture Sector: *Journal of International Development*, 16, č. 1, s. 63–80.

HUMPHREY, J., SCHMITZ, H. (2002): How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional studies*, 36, č. 9, s.1017–1027.

CHALLIES, E., MURRAY, W. (2011): The interaction of global value chains and rural livelihoods: Rhe case of smallholder raspberry growers in Chile. *Journal of Agrarian Change*, 11, č. 1, s. 29–59.

JACKSON, P., WARD, N., RUSSELL, P. (2006): Mobilising the Commodity Chain Concept in the Politics of Food and Farming. *Journal of Rural Studies*, 22, č. 2, s. 129–141.

JAFFE, S. (1993): Exporting high-value food commodities: success stories from developing countries. Discussion paper 198, World Bank, Washington DC, 105 s.

JAFFE, S., MASAKURE, O. (2005): Strategic use of private standards to enhance international competitiveness: Vegetable exports from Kenya and elsewhere. *Food Policy*, 30, č. 3, s. 316–333.

JAFFEE, S., HENSON, S. (2004): Standards and Agro-Food Exports from Developing Countries: Rebalancing the Debate. World Bank Policy Research Working Paper 3348, Washington DC: The World Bank, 43 s.

LAMEY, L., DELEERSNYDER, B. a kol. (2007): How Business Cycles Contribute to Private-Label Success: Evidence from the United States and Europe. *Journal of Marketing*, 71, č.1, s. 1–15.

LANG, T. (2003): Food Industrialization and Food Power: Implications for Food Governance. *Development Policy Review*, 21, č. 5–6, s. 555–568.

LAWRENCE, G., BURCH, D. (2007): Understanding supermarkets and agrifood supply chains. *Supermarkets and Agrifood Supply Chains: Transformation in the Production and Consumption of Foods*. Edward Elgar Publishing Limited. UK, s. 1–26.

LÁNSKÝ a.kol. (2009): Integrovaná produkce jablek určených pro výrobu dětské výživy. *Metodika. Výzkumný a šlechtitelský ústav ovocnářský Holovousy s.r.o.*, 29 s.

LESLIE, D., REIMER, S. (1999): Spatializing commodity chains. *Progress in Human Geography*, 23, č. 3, s. 401–420.

LUBY, J. (2003): Taxonomic Classification and Brief History. V knize: *Apples: Botany, Production and Uses*. CABI Publishing, CAB International. s. 1–15.

MAS PODLIPANSKO, kolektiv autorů (2010): Ovocnářství na Kolínsku – historie, současnost a budoucnost., 72 s.

McKENNA, M., MURRAY, W. (2002): Jungle Law in the Orchard: Comparing Globalization in the New Zealand and Chilean Apple Industries. *Economic Geography*, 78, č. 4, s. 494–514.

MZE (2012): Metodika k provádění nařízení vlády č.79/2007 Sb.; o podmínkách provádění agroenvironmentálních opatření, ve znění pozdějších předpisů. Ministerstvo zemědělství, 76 s.

NOVÁK, P. (2006): Implementace systému jakosti BRC do potravinářského podniku. Diplomová práce. Technologická fakulta. Ústav potravinářského inženýrství a chemie. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Zlín 135 s.

O'ROURKE, D.A. (2003): World Production, Trade, Consumption and Economic Outlook for Apples. V knize: Apples: Botany, Production and Uses. CABI Publishing, CAB International. s. 15–29.

O'ROURKE, D.A. (2001): A Survey of the Worlds Major Apple Producers. *New York Fruit Quarterly*, 9, č. 1, s 21–23.

PELIZZON, S. (1994): The grain flour commodity chain, 1590–1790. *Commodity chains and global capitalism*. Praeger Publishers, Westport. s. 34–47.

QUAINTANCE, L. (1999): Forbidden Fruit – How we almost lost the Pacific Rose. *North and South*, 158, s. 48–55.

REARDON, T., BARRETT, CH., BERDEGUÉ, J. (2009): Agrifood Industry Transformation and Small Farmers in Developing Countries. *World Development*, 37, č. 11, s. 1717–1727.

REARDON, T., BERDEGUÉ, J. (2006): The Retail-Led Transformation of Agrifood Systems and its Implications for Development Policies. Rimisp – Latin Center for Rural Development. Dokument je součástí World Development Report 2008.

ROBINSON, G. (2004): Geographies of Agriculture: Globalization, Restructuring and Sustainability. Pearson Education Limited, 323 s.

SCOTT, R.R., LIU, M., BUGANG, W. (2010): Peoples republic of China: Fresh Deciduous Fruit Annual. Gain report. USDA Foreign Agricultural Service. Global Agricultural Information Network, 15 s.

STURGEON, T. (2009): From Commodity Chains to Value Chains: Interdisciplinary Theory Building in an Age of Globalization. Frontiers of Commodity Chains Research. Stanford University Press, s 110–135.

STURGEON, T. (2006): Conceptualizing Integrative Trade: The Global Value Chains Framework. Paper prepared for the CTPL conference, 23 s.

STURGEON, T. (2001): How do we define value chains and production networks? IDS Bulletin, 32, č. 3, s. 9–18.

VEERMAN, J.L., BARENDREGT, J.J., MACKENBACH, J.P. (2005): The European Common Agricultural Policy on fruits and vegetables: exploring potential health gain from reform. European Journal of Public Health, 16, č. 1, s. 31–35.

VELASCO, R., ZHARKIKH, A., et.al. (2010): The genome of the domesticated apple (*Malus \times domestica* Borkh.). Nature genetics, 42, č. 10, s. 833–839.

VILHELM, V., PICKOVÁ, A. (2009): Zdanění a sociální zabezpečení v zemědělství – srovnání situace ČR a vybraných států (Informační studie). Ústav zemědělské ekonomiky a zemědělství. 76 s.

WATTS, M (1996): Development III: The global agrofood system and late twentieth-century development (or Kautsky redux). *Progres in Human Geography*, 20, č. 2, s. 230–245.

WILLEMS, S., ROTH, E., ROEKEL, J. (2005): Changing European public and private food safety and quality requirements: Challenges for developing country fresh produce and fish exporters. World bank publication.

Internetové zdroje:

AGROCENZUS (2010): Strukturální šetření v zemědělství a metody zemědělské výroby. Český statistický úřad. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/publ/2126-11-n_2011 . [Citováno dne 5. 3. 2013]

COPA-COGECA (2010): Fruit and Vegetable Producer Organizations in the EU: Overview and Prospects. Brusel. Dostupné z: http://www.copa-cogeca.be/img/user/7493_E.pdf . [Citováno dne: 5. 3. 2012]

ČSÚ (2012): Český statistický úřad. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/home>. [Citováno dne: 7. 11. 2012]

ČSÚ (2012a): Český statistický úřad. Databáze zahraničního obchodu. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO>. [Citováno dne: 8. 12. 2012]

DOLE FOOD COMPANY (2013): Company Overview. Dostupné z: <http://www.dole.com/> [Citováno dne: 5. 2. 2013]

EUROSTAT (2012): Dostupné z: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>. [Citováno dne: 5. 10. 2012]

EVROPSKÁ KOMISE (2012): Document de travail: Groupe de travail Prévisions Pommes. Dostupné z: http://ec.europa.eu/agriculture/fruit-and-vegetables/product-reports/apples-and-pears/expert-group/apples-2012-10_fr.pdf [Citováno dne: 6. 2. 2013]

FAO (2012): FAOSTAT. Dostupné z: <http://faostat.fao.org/site/291/default.aspx> . [Cit. dne: 28. 11. 2012]

FAO (2003): World Agriculture Towards 2015/2030. An FAO perspective. Dostupné z: <http://www.fao.org/docrep/005/Y4252E/Y4252E00.HTM> [Citováno dne: 25. 4. 2013]

FRESH DEL MONTE PRODUCE (2011): Annual Report. Dostupné z: <http://investorrelations.freshdelmonte.com/phoenix.zhtml?c=108461&p=proxy> [Citováno dne: 5. 2. 2013]

GLOBALGAP.ORG (2013): Dostupné z: http://www.globalgap.org/uk_en/ [Citováno dne: 6. 2. 2013]

GLOBALVALUECHAINS.ORG (2013): Dostupné z: <http://www.globalvaluechains.org/>. [Citováno dne 8. 3. 2013]

CHIQUITA BRANDS INTERNATIONAL (2010): Annual Report. Dostupné z: <http://investors.chiquita.com/phoenix.zhtml?c=119836&p=irol-reportsannual> . [Citováno dne: 5. 2. 2013]

IFPRI (2009): Land Grabbing by Foreign Investors in Developing Countries: Risks and Opportunities. Dostupné z: <http://www.ifpri.cgiar.org/sites/default/files/bp013Table01.pdf> [Citováno dne: 26. 4. 2013]

INCOMA GFK (2013): Nezávislí prodejci potravin vítězí počtem, řetězce ale dominují rozsahem prodejních ploch. Tisková zpráva. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1246&lng=CZ&ctr=203> [Citováno dne: 1. 3. 2013]

INCOMA GFK (2012): Češi v krizi nakupují tam, kde jsou slevy. Tisková zpráva. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1226&lng=CZ&ctr=203>. [Citováno dne: 9. 11. 2012]

INCOMA GFK (2012a): Top 10 českého obchodu. Tisková zpráva. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1217&lng=CZ&ctr=203>

INCOMA GFK (2011): Top 50 českého obchodu v roce 2010. Tiskové zprávy. Dostupné z: <http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1172&lng=CZ&ctr=203> [Citováno dne: 7. 2. 2013]

ISO/IEC GUIDE 2 (1996): Standardization and related activities – General Vocabulary. Dostupné z: <http://www.iso.org/iso/home.htm>. [Citováno dne 8. 1. 2013]

LUDVÍK, M. (2011): Proč má být u ovoce vyšší sazba DPH? Ovocnářská Unie ČR. Dostupné z: <http://www.ovocnarska-unie.cz/pdf/proc-ma-byt-u-ovoce-vyssi-sazba-dph.pdf>. [Citováno dne: 25. 3. 2013]

MZE (2013): Struktura dotačních zdrojů. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/?fullArticle=1>. [Citováno dne: 7. 2. 2013]

MZE (2013a): Programy podpory PGRLF. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/podpurny-a-garanci/> [Citováno dne: 8. 2. 2013]

MZE (2013b): Světová obchodní organizace. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/zahranicni-vztahy/mezinarodni-organizace/svetova-obchodni-organizace-wto.html>. [Citováno dne: 5. 4. 2013]

OU (2010): Ovocnářská Unie ČR. Zápis z předsednictva ze dne 18. 1. 2010 v Hradci Králové. Dostupné z: <http://www.ovocnarska-unie.cz/pdf/archiv/zpravodaj-1-10.pdf> [Citováno dne: 8. 2. 2013]

OVOCNÁŘSKÁ UNIE ČR (2012): Dostupné z: <http://www.ovocnarska-unie.cz/> . [Citováno dne: 30. 12. 2012]

PGRLF (2013): Náplň činnosti. Dostupné z: <http://www.pgRLF.cz/pgRLF/cinnost.php> [Citováno dne 7. 1. 2013]

SISPO (2012): Dostupné z: <http://www.ovocnarska-unie.cz/>. [Citováno dne: 15.11.2012]

SZIF (2012): Program rozvoje venkova České Republiky na období 2007-2013. Dostupné z: <http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/eafrd> . [Citováno dne: 7. 11. 2012]

SZIF (2012a): Projekt ovoce do škol. Dostupné z: <http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/komodity/rv/04/07> [Citováno dne 7. 11. 2012]

ŠKOLKAŘSKÝ SVAZ OU ČR (2013): Dostupné z: <http://www.ovocnarska-unie.cz/web/web-ssou/ssou.htm> . [Citováno dne: 5. 2. 2013]

THE GUARDIAN (2003): Just how old are the 'fresh' fruit & vegetables we eat?
Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2003/jul/13/foodanddrink.features18>
[Citováno dne: 7. 1. 2013]

VELKOTRŽNICE LIPENCE (2013): Dostupné z: <http://www.vt.cz/>. [Citováno dne: 1. 1. 2013]

WAPA (2011): European apple and pear crop forecast 2011 – Summary. Dostupné z: http://www.wapa-association.org/docs/2011/European_apple_and_pear_crop_forecast_2011_-_Summary.pdf . [Citováno dne: 7. 2. 2013]

WORLD DEVELOPMENT REPORT (2008): Agriculture for Development. The World Bank. Washington DC. Dostupné z: http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2008/Resources/WDR_00_book.pdf
[Citováno dne: 11. 11. 2012]

WTO (2013): Chronological list of disputes cases. Dostupné z: http://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/dispu_status_e.htm [Citováno dne 20. 4. 2013]

WTO (2012): Historic signing ends 20 years of EU-Latin American banana disputes. Dostupné z: http://www.wto.org/english/news_e/news12_e/disp_08nov12_e.htm

Jiné zdroje:

BÁRTOVÁ, A. (2012): Rozhovor na téma role státu a EU v ovocnářství. SZIF, Praha, 19. 9. 2012.

BOBEK, K. (2013): Rozhovor na téma hodnotový řetězec jablek v ČR. Pomona Těšetice a.s., Těšetice, 10. 1. 2013.

DEMO, M. (2013): Rozhovor na téma hodnotový řetězec jablek v ČR. ZD Podlipan, Vitice, 17. 1. 2013.

FIŠER, J. (2012): Rozhovor na téma hodnotový řetězec jablek v ČR. ZD Dolany, Česká Skalice, 26. 9. 2012.

HEJZLAR, P. (2012): Rozhovor na téma zpracování jablek na dětskou výživu. Nutricia Deva a.s., Nové Město nad Metují, 5. 11. 2012.

LOSKOT, R. (2013): Rozhovor na téma hodnotový řetězec jablek v ČR. Sady CZ, Velké Němčice, 6. 1. 2013.

LUDVÍK, M. (2012): Rozhovor na téma hodnotový řetězec jablek v ČR a Ovocnářská Unie ČR. Ovocnářská Unie ČR, Praha, 13. 6. 2012.

MACHÁČKOVÁ, E. (2012): Rozhovor na téma velkoobchod s ovocem. Hortim, Praha, 13.9. 2012.

MRŇÁK, M. (2012): Rozhovor na téma hodnotový řetězec jablek v ČR. Sady Tucharaz, Tucharaz, 14. 11. 2012.

POLÍVKA, P. (2012): Rozhovor na téma hodnotový řetězec jablek v ČR. ZD Libčany, Libčany, 7. 12. 2012.

SCHWARZ, R. (2013): Rozhovor na téma hodnotový řetězec jablek v ČR. Sady Schwarz, Břasy, 24.1. 2013.

ŠRAJBR, J. (2012): Rozhovor na téma ovocnářství, odbytové organizace, hodnotový řetězec jablek ČR, CZ FRUIT, 28.6. 2012.